

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية



مركز
الدراسات
والبحوث

العمل الإعلامي الأمني: المشكلات والحلول

الرياض
١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية



العمل الإعلامي الأمني «المشكلات والحلول»

الطبعة الأولى
١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م

المحتويات

٣	التقديم
٥	المقدمة
	الإعلام الأمني العربي
٧	العميد د. بركة بن زامل الحوشان
	الإعلام الأمني وقت الأزمات
٣٧	العميد . أحمد صالح العمرات
	الأساليب النفسية في الإعلام الأمني
٧١	د. حسين سالم الشرعة
	نحو استراتيجية إعلامية للارتقاء بصورة رجل الأمن
١١١	د. معز بن عبدالرحمن مسعود
	الإعلام الأمني والعلاقات العامة في مجال الشرطة
١٤٧	أ. د. علي سيد إبراهيم عجوة
	آفاق الإعلام الأمني ومناضه
١٨٣	العميد د. علي بن فايز الجحني
	الإعلام الأمني في عصر المعلومات
٢٠٩	د. ذياب موسى البداينة

تعميم مسيرة الإعلام الأمني في الدول العربية

العميد د. فضل حسن ضاهر ٢٩١

التوصيات ٣٢١

التقديم

أكد علماء الاجتماع وعلماء التربية أن وسائل الإعلام قد أثبتت فاعليتها في ظروف متعددة، وأن الإعلام بكل وسائله يمكن أن يكون حافزاً للهمم، ومفجراً للطاقات، ومقويماً للعزائم، وداعياً للخير بكل معانيه، ونابذاً للشر بشتى صورته، إن أحكم توجيهه، وصلحت برامجه . . . وأن الإعلام سلاح فتاك إن أسيء استخدامه، فهو يغزو العقول، ويتسلل إلى الأنفس، ويستولي على القلوب، وقد يحمل في طياته ما يهدم القيم، بدلاً من أن يدعمها، ويزعزع الإيمان بدلاً من أن يعمقه، ويعوق نشر الفكر المستقيم بدلاً من أن يشجعه . . . كما يرى ذلك أرباب الفكر والإعلام.

ومن هنا جاءت أهمية ندوة «العمل الإعلامي الأمني: المشكلات والحلول» التي نظمتها مركز الدراسات والبحوث بالجامعة بالتعاون مع جامعة مؤتة بالمملكة الأردنية الهاشمية لتؤكد أهمية العمل الإعلامي الأمني الذي يمكن الإنسان من القيام بدور فاعل في وطنه إنطلاقاً من الوظيفة الاجتماعية والفكرية والثقافية التي يضطلع بها الإعلام الهادف في سبيل الوقاية من الجريمة والانحراف في المجتمع العربي.

وإن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية إذ تنشر أبحاث هذه الندوة وتقدمها للقارئ الكريم وللمكتبة الأمنية فإنها تسعى إلى إثراء البحث الإعلامي الأمني لتغطية الحاجات الأمنية التي تكفل منع الجريمة أو التقليل من آثارها، ونشر الثقافة الأمنية والفكر الأمني من خلال الرسالة الإعلامية الهادفة.

والله من وراء القصد، ،

رئيس

جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

أ. د. عبد العزيز بن صقر الغامدي

المقدمة

يتنامى الاهتمام بالإعلام عامة وتنوع وسائله وأدواته ، ويزداد هذا الاهتمام مع دخول عصر المعلومات وتطور تقنيات الاتصال والمواصلات وخاصة الانترنت والفضائيات . ولم يعد تأثير الإعلام محلياً بل أصبح كونياً كما أنه لم يعد تقليدياً يركز على الدعاية والأخبار المحلية بل تعداه إلى مجالات جديدة أهمها المجالات الأمنية .

ولقد انتقل الإعلام الأمني من ناقل للمعلومة يهدف إلى الإقناع والتأثير ليصبح فاعلاً في الأحداث الأمنية المحلية والدولية والصراعات والحروب . فأصبحت وسائل الإعلام تنقل مجريات الحروب والصراعات كما تنقل أي نشاط مدني آخر ، وأصبح الناس يشاهدون الأحداث الأكثر دموية كما يشاهدون أي برنامج تلفزيوني أو فيلم سينمائي ، وعبرت هذه التأثيرات الحدود الوطنية ووضعت ضغوطاً كبيرة على المشتغلين في الصراعات خاصة في القضايا المطروحة كالمصادقية والواقعية ، حتى أصبحت الرقابة الإعلامية عملية ليست بذات جدوى . وتعدى الأمر لتصبح الصراعات والمعارك الإعلامية تسبق المعارك الفعلية ولا تنتهي بنهايتها .

ولقد زاد الاهتمام بدور الإعلام في التوعية والتثقيف الأمني ، وفي تعزيز الانتماء الوطني أثناء الأزمات والصراعات والحروب ودعم الجهود الأمنية الأخرى في مواجهة التهديدات المحلية والخارجية للأمن الوطني ، وتأتي هذه الندوة لتبين مفهوم الإعلام الأمني من حيث الاتجاهات والواقع

والمشكلات والأساليب النفسية فيه ، كما تتناول الإعلام في عصر المعلومات
والإهتمام بالإعلام الأمني أثناء الصراعات والحروب .

والله ولي التوفيق ، ، ،

المشرف العلمي

د. ذياب موسى البداينة

الإعلام الأمني العربي

العميد د. بركة بن زامل الحوشان

١ . الإعلام الأمني العربي

١ . ١ المقدمة

تزداد الحاجة إلى الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً، وتقدمت المدنية، وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع، لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة إلى التخصص؛ وذلك أن الإعلام يعدّ المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة ومجالاتها المختلفة من تطورات وتفاعلات تحدث تأثيرها المباشر وغير المباشر على حياة الشعوب. ولقد أصبح الإعلام محورياً أساسياً لمختلف الظواهر الإنسانية والقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، حتى بات من أخطر ومن أهم الأدوات في هذا العصر بعدما أصبح الإعلام وسيلة رئيسة من وسائل التحكم ومظهراً من مظاهر القوة والسيادة بعد أن تطورت نظم ووسائل الاتصال. ولهذا دخل الإعلام ضمن الأطر التخطيطية للجوانب الإنسانية المتعددة، حيث يعول على الإعلام كثيراً للمساهمة في نشر المعلومات^(١).

ولا يزال الإعلام الأمني على مستوى الوطن العربي في خطواته الأولى بالرغم من بعض الجهود المرموقة لبعض الإعلاميين الذين آثروا التخصص في هذا المجال، فالإعلامي المتخصص أقدر من غيره على القيام بمهمته في المجال الذي آثر فيه التخصص، كما أن الإعلام الأمني أقل ما

(١) حمزة بيت المال، الإعلام الأمني والأمن الإعلامي، ندوة الإعلام الأمني: المشكلات والحلول، القاهرة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، أكاديمية نايف العربية، ص(٢٥).

يمكن أن نصفه به أنه إعلام متجدد بتجدد موضوعات الحياة ومجالات الأمن المختلفة . وبالمستوى نفسه الذي تتسع فيه ساحات الإعلام العام تتسع المساحة للإعلام الأمني .

«فالإعلام الأمني هو إعلام يركز جل اهتماماته على التعمق في الجوانب الأمنية لزيادة فاعلية العملية الاتصالية بجميع مستوياتها ، لذلك فإن ظهور الإعلام الأمني كان مجرد استجابة لحاجة المتصلين لحرفية عالية في تحقيق أهدافهم الاتصالية في المجال الأمني ، ونتيجة الحاجة إلى حرفيين متخصصين في إعداد رسائل توعية ذات تأثير عال في المجال الأمني ، فهو في هذا مثل الإعلام الصحي ، والإعلام التعليمي ، ولكن الإعلام الأمني يختلف عنها في شيوع الاعتقاد لدى العامة والمتخصصين أن التأثيرات التراكمية لمضمون الوسائل الترفيهي الذي يركز على الإثارة وإدخال الجرائم كأحد عوامل التشويق في المحتوى ، هو الذي أفرز الخلل الأمني الذي تشهده المجتمعات في العصر الحديث . بل إن البعض يذهب أبعد من هذا بربطها سبباً بالإعلام . فالإعلام من هذا المنطلق متهم بأنه مسبب ومطالب بأن يقوم بدور المعالج»^(١) . فنحن في أشد الحاجة إلى إيجاد مساحة مناسبة في الإعلام لتغطية الحاجات الأمنية التي تكفل منع الجريمة أو التقليل منها ، وتحقيق أهداف المتلقي من عملية الاتصال في موضوعات الإعلام الأمني .

(١) حمزة بيت المال ، مرجع سابق ، ص (٢-٥) .

١ . ٢ تعريف الإعلام الأمني

يرى المؤلف أن الإعلام الأمني : نمط إعلامي هادف يخدم الموضوعات والقضايا الأمنية ويهدف إلى سيادة الأمن في ربوع المجتمع ، موجها إلى الجمهور العام والخاص ، ومستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان ومؤثرات فنية أخرى ، معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار ذات العلاقة بالأمن التي يتم عرضها بطريقة موضوعية .

والإعلام الأمني مسؤولية رجال الإعلام وذلك من منطلق مسؤولياتهم الثقيلة الملقاة على عاتقهم وتؤديها هذه الوسائل في إطار وظيفتها الاجتماعية والسياسية في المجتمع ، حيث إنها مسؤولة مسؤولية مباشرة عن الإسهام في حركة تطور المجتمع والالتزام بغاياته وطموحاته ، فلذلك لا يوجد خط فاصل بين المفهوم الشامل للإعلام الهادف وبين الإعلام الأمني ، فهذا الأخير يتمازج مع الأول ويشكل جزءاً من تقنياته ومن بنائه الكبير ، وهو إعلام لا تضطلع به إدارات الإعلام والعلاقات في الأجهزة الأمنية فقط لكنه إعلام يهدف إلى المواجهة الحاسمة والسريعة لكل ما يهدد وظيفة الأمن وكسب ثقة الناس .

فلو قارنا بين الإعلام الأمني والإعلام الرياضي لوجدنا أن كلا النوعين إعلام متخصص ، وأن الفارق بينهما أن الإعلام الأمني هو إعلام له طابع حساس ولا يستطيع كل محرر أن يخوض فيه لتشعب موضوعاته ، وحاجة هذه الموضوعات إلى محرر ذي قدرات خاصة وإلمام دقيق بأبعاد ومسؤوليات موضوعات الإعلام الأمني . ولهذا فلا يجوز أن يقتصر الإعلام الأمني على ما تصدره الأجهزة الأمنية وتقوم وسائل الإعلام بنشره على شكل بيانات وإيضاحات فقط . لذا يرى المؤلف أن على وسائل الإعلام

أن تهيئ قدرات مؤهلة من القائمين بالاتصال للكتابة والخوض في هذه الموضوعات من القادرين على إدراك كافة الأبعاد الأمنية والأضرار الاجتماعية وغيرها من جراء النشر للموضوعات الإعلامية . فإذا كان الإعلام الرياضي هو ما تعده الأندية الرياضية أو رعاية الشباب فقط فالإعلام الأمني هو ما تعده الأجهزة الأمنية والعلاقات العامة بوزارة الداخلية . مع أهمية دور كل من هذه الأجهزة في إمداد القائم بالاتصال بالموضوعات والمعلومات . ويظل الفارق موجوداً بين الإعلام الرياضي والإعلام الأمني في وضوح جوانب الإعلام الرياضي للقائم بالاتصال وقدرته على التحليل بينما القائم بالاتصال في الإعلام الأمني يحتاج إلى المزيد من الخبرة والالتصاق بالأجهزة الأمنية والخلفية المرجعية للمسؤولية الأمنية وتقدير حساسية موضوعات الإعلام الأمني ، وهذا يستدعي من الأجهزة الأمنية أن تتحمل نصيباً كبيراً من المسؤولية في قصور الإعلام الأمني الخاص عند المعالجة والتناول إذا لم تمده بالمعلومات .

كما يرى المؤلف أن الاهتمام بالإعلام الأمني في أي مجتمع هو نتيجة طبيعية لسنة التغير في الحياة ، وهو دليل تطور ورقي ، بحيث أصبحت الأخبار والمعلومات التي كانت مقصورة على فئة من الناس وهي الفئة الخاصة حقاً عاماً متاحاً للجميع بدرجة متساوية .

١ . ٣ أهمية الإعلام الأمني

يستمد الإعلام الأمني أهميته وفقاً للاعتبارات التالية :

١ - إذا كان هناك اتفاق شبه تام على أهمية الإعلام في حياة الشعوب والدول على اختلاف درجات وعيها وتطورها ؛ فإن أهمية الإعلام الأمني

تصبح قضية لا جدال فيها، وتصبح عملية توظيف وسائل الإعلام في هذا المجال لا تخرج عن طبيعة الدور العام والهام لهذه الوسائل، واتضح من خلال دراسة قام بها المؤلف^(١) عن المصادر التي يستقي منها الشباب معلوماته عن موضوعات الإعلام الأمني سيطرة وسائل الإعلام بكافة وسائلها على بقية المصادر، وتأثيرها على بقية المصادر الأخرى، وهذا يفرض على المهتمين بالشباب وبتنمية الوعي الأمني لديهم العناية بوسائل الإعلام لأنها أصبحت من الوسائل المؤثرة والفاعلة في حياة الناس، ذلك أن بناء نظام إعلامي متكامل يشكل الإعلام الأمني جزءاً منه بل واحداً من دعائمه الأساسية هو في واقع الأمر أحد أكبر المهام التي تطلع بها وسائل الإعلام في المجالات المختلفة.

٢- الإعلام الأمني هو إعلام موضوعي دقيق يقدم المعرفة الأمنية إلى الناس بهدف الرفع من درجة الوعي الأمني، وخاصة في المجتمعات النامية التي تحتاج شعوبها إلى تحسين الواقع نحو الأفضل، والتعرف على مشاكلها الحقيقية في المجال الأمني.

٣- يزيد الإعلام الأمني من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمنية، وذلك من منطلق أن الإعلام يقرب وجهات النظر ويبني رأياً عاماً موحداً - تقريباً - تجاه القضايا الأمنية بما يدعم الجهود الرسمية الداعية إلى مواجهتها.

(١) بركة بن زامل الحوشان، إسهام الصحافة الخليجية في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب في دول الخليج العربية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، (غير منشور) ١٤٢٣هـ. ص (٣٧٢).

٤ - تعاون وسائل الإعلام مع المتخصصين في المجالات المختلفة بتطويع مختلف العلوم لخدمة المجتمع ، فالمجتمع البشري يزخر بالمشكلات الأمنية المختلفة ، التي تتطلب المواجهة والحل ، باستخدام العلم وتعاون أفراد المجتمع مع المتخصصين على أداء دورهم لحل هذه المشكلات الأمنية ، على أساس معرفتهم بها ، وسبيل الفرد العادي الذي يشكل السواد الأعظم من الجمهور إلى هذه المعرفة هو وسائل الإعلام المختلفة .

٥ - يزيد الإعلام الأمني من الارتباط بين المجال الأمني ووسائل الإعلام ، ذلك أن غياب هذا الارتباط يفقد المجتمع عنصراً أساسياً من العناصر المطلوبة لوعيه وتقدمه ، فالوعي الأمني الذي تهدف وسائل الإعلام إلى نشره وتعميقه يعمل على تحرير الإنسان من قيد الجهالة ، وما يستتبعها من شعور بالإحباط ، وما ينتج عنه من تقصير عن القيام بواجبه المطلوب منه في الجهود الأمنية واستغلال الطاقات والقدرات على الوجه الأكمل .

٦ - يشكل الإعلام الأمني مدخلاً مناسباً إلى ترقية العقول ، وبقدر البساطة والصدق في تناول والعرض لموضوعات الإعلام الأمني ، يكون الترحيب والقبول والتفاعل مع ما تطرحه وسائل الإعلام من موضوعات أمنية .

٧ - يعمل الإعلام الأمني على تضيق الهوة بين الثقافة العامة والمعرفة العلمية الأمنية ، التي ظلت ولفترة طويلة حكراً على المتخصصين في المجال الأمني ، فقد استطاع الإعلام الأمني أن يعمل على تزويد الناس بالمعرفة الأمنية التي تساعدهم على مساندة ركب التطور والتقدم في الميادين المختلفة سواء أكان ذلك على المستوى العالمي أو على المستوى العربي والمحلي .

٨- إن الاهتمام بالإعلام الأمني يشكل علامة من علامات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطوراً، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصرية، يحترم التخصص في مختلف المجالات .

٩- إن الإعلام الأمني يوفر للمتخصصين في المجال الأمني فرصاً متعددة لنشر دراساتهم والتعبير عن أفكارهم وتبسيط الضوء على إبداعاتهم وابتكاراتهم .

١٠- ارتباط المجتمعات البشرية بالوسائل الإعلامية أكثر من قبل لتقوم بدور المصدر الرئيس للمعلومات والترفيه على حساب النظم والعلاقات الاجتماعية الأخرى .

١١- الأهمية الحيوية للأمن في حياة الشعوب واستقرارها وقدرتها على الازدهار . واتساع نطاقه ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية . وذلك لأن الشعور بالأمن يدفع الفرد إلى العطاء المثمر والإسهام في حركة البناء والتقدم .

١٢- عجز أي جهاز أمني عن القيام بمفرده بمهمة توفير الأمن وحمايته، وحاجة الأجهزة الأمنية إلى تعاون المواطنين معها، وضرورة تكامل جهود الأجهزة الأمنية مع المواطنين والمقيمين لتكون في خدمة أمن الفرد والمجتمع .

١٣- خطورة الجهل بأهمية الأمن وحيوية مهمة الأجهزة الأمنية، والأنظمة الحاكمة لحركة المجتمع وعلاقات أفرادها- ويقابل ذلك أهمية المعرفة بحيوية الأمن ودور رجاله^(١) .

(١) السيد عبد الرؤوف ، التوعية الأمنية ، ندوة الإعلام الأمني : المشكلات والحلول ، القاهرة، ١٤١٨هـ/ ١٩٩٧م ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .

١ . ٤ أهداف الإعلام الأمني

إن الغاية من الإعلام الأمني تتمثل في الحاجة إلى ما يلي :

١- إنماء السلوك الاجتماعي العام للاهتمام بالأمن والسكينة، ويتمثل ذلك بحملات إعلامية تهدف إلى توعية المواطنين وتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن العام، وإرشادهم إلى أقوم السبل التي يتعين عليهم انتهاجها لحماية أرواحهم وأموالهم من أخطار الجريمة، وأخطار الجهل بسبل السلامة.

٢- توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الأمنية ذات الصلة بحياته في الحاضر والمستقبل، وربطه بقضايا المجتمع ومشكلاته، لأن حجب المعلومات الصحيحة عن الأمن والجريمة يؤدي إلى الاعتماد على الشائعات والأقاويل الخاطئة أو المبالغ فيها بدلا عن الحقائق التي تمتلكها أجهزة الأمن، وفي ظل غياب المعلومة تنتشر الإشاعة مما يدعو المواطنين إلى اللجوء إلى وسائل الإعلام الخارجية لمعرفة ما يجري داخل مجتمعه، وهذا الإعلام الخارجي لا يلتزم بالتأكيد بمصلحة المواطن أو الوطن، بل له دوافع عدوانية يبثها عبر وسائله الإعلامية بأساليب خبيثة من خلال ما ينشره أو يذيعه من معلومات^(١).

٣- تفعيل سبل الاتصال بين الأجهزة الأمنية من جانب والجمهور من جانب آخر ليثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق،

(١) عبد الله أحمد الأفندي، تخطيط برامج الإعلام الأمني، الرياض، أكاديمية نايف العربية، (غير منشور)، ص(٤٨).

ويدفع إلى الالتزام بالتعليمات والأنظمة التي تكفل أمن الإنسان وسلامته في شتى المجالات ، ويتم ذلك وفقاً لما يلي :

- تعبئة الشعور العام ، وإمداده بالنافع والمفيد ليتقبل أفراد المجتمع متطلبات سلامتهم وأمنهم ، وتدعيم روح الأخوة وبث وترسيخ مفهوم حب الوطن في نفوس الأفراد وتدعيم الاتجاهات الإيجابية لدى المواطنين^(١) .

- تعديل اتجاهات متلقي الرسالة الإعلامية عن طريق برامج توعية أمنية مخططة - قوية وفاعلة - تعتمد عليها المجتمعات في مواجهة الظواهر الإجرامية والإقناع بالسلوك الأمني .

- نشر المعرفة بين صفوف رجال الأمن وتزويدهم بكل جديد في مجال تخصصاتهم ، وإقامة الندوات والمحاضرات وكل ما من شأنه أن يسهم في ترقية اهتماماتهم نحو الأفضل في أداء واجباتهم وخدمة مواطنيهم بكل إخلاص وأمانة .

- تقديم النماذج الإنسانية الحية التي توضح كيف يمكن عودة المجرم إلى المجتمع ومساعدته في التكيف مع أفراد المجتمع ، وإبراز مجالات التعاون والمساعدة له التي تجنبه العودة إلى السلوك الإجرامي^(٢) .

(١) المكتب العربي للإعلام الأمني ، الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب ، المؤتمر العربي الثاني لرؤساء أجهزة الإعلام الأمني ، (ندوة الإعلام الأمني وتحديات القرن الواحد والعشرين) ، تونس ، ٢٣-٢٥ / ٣ / ١٤١٨ هـ ، ص (٢٢-١٨) .

(٢) عبد العزيز بن سعيد آل مسبل ، ورقة عمل عن التنظيم الإداري لأجهزة الإعلام الأمني ، ندوة إدارة وتنظيم أجهزة الإعلام الأمني ، ١٥-٢٦ شوال ١٤٢٠ هـ ، أكاديمية نايف العربية ، (غير منشور) ص (١٦) .

- تبصير المواطنين بواجباتهم نحو إجراءات الحماية اللازمة للأرواح والممتلكات ، حتى لا يكونوا فريسة سهلة لذوي النشاط الإجرامي ، كإبلاغ جمهور القراء بالأساليب والطرق والظواهر الإجرامية الجديدة التي يلجأ إليها المجرمون في جرائم النصب ، والاحتيال ، والسرقه ، والتزييف . و تزويد المواطنين بالإرشادات التي تعينهم على الوقاية من الجريمة مثل : الإبلاغ عن الأماكن المشبوهة ، أهمية غلق الأبواب المنزلية ، الحرص على الممتلكات الخاصة ، وعدم المجاهرة بحمل مبالغ نقدية كبيرة ، لتصبح هذه من العادات التي يمارسها يومياً مما يخفض من احتمالات التعرض للجريمة .

- التخويف من ارتكاب الجريمة من خلال الإعلان عن مبادرات وإجراءات أمنية جديدة لتعزيز الأمن ، وإيقاع العقوبة بالمجرمين ، وإبراز أهمية دور المواطن في الحفاظ على الأمن .

- تحذير الجمهور من خطورة البلاغات الكيدية ، وحبس المعلومات ، والتستر على المجرمين .

١ . ٥ علاقة القائم بالاتصال بمصادر الأنباء والمعلومات

يمكن أن تكون العلاقة بين وسائل الإعلام ومصادر موضوعات الإعلام الأمني هي نوع من أنواع علاقة التبعية (في الغالب) ، أو الاعتماد الكامل على تلك المصادر ، وبالتالي تتم سيطرة هذه المصادر على القائم بالاتصال ، ومن ثم تتوحد الأهداف بين وسائل الإعلام والسلطة ، وتعكس بالتالي تأثيرات المصدر في اتجاهات القائم بالاتصال نحو المحتوى وبنائه والذي يمكن أن يتسم بالتوازن والمساندة والتأييد للأعمال والإنجازات

الأمنية . كما أن عملية إنتاج الرسائل الإعلامية الأمنية هي موضوع مشترك بين الطرفين نظراً لحاجة كل منهما للآخر .

١. ٦. التعرض للقضايا الأمنية في وسائل الإعلام وغيرها بين الشباب

كشفت دراسة قام بها المؤلف^(١) عن إقبال جمهور شباب الخليج على قراءة الصحف اليومية بدرجة عالية . وأنها وسيلة مناسبة لتنمية الوعي الأمني لدى الشباب .

كما أن موضوعات الإعلام الأمني تتمتع بإنقراطية عالية بين جمهور شباب الخليج . وأكدت نتائج الدراسة على عدم تلبية صحافة الخليج اليومية لاحتياجات قرائها من الشباب عن موضوعات الإعلام الأمني ، مما يتطلب زيادة اهتمام القارئ بالاتصال بموضوعات الإعلام الأمني .

وفي دراسة للمؤلف على مسؤولي الإعلام بالأجهزة الأمنية في دول الخليج العربية ترى الغالبية من مسؤولي الإعلام (٦٠ ، ٠٪) أن المعالجة الصحفية لموضوعات الإعلام الأمني ضعيفة بالنسبة للموضوعات التي تهدف إلى تنمية الوعي الأمني لدى الشباب ، ويعلمون ذلك بالأسباب التالية :

١ - قلة موضوعات الإعلام الأمني الهادفة في الصحافة .

٢ - طرح الموضوعات ومعالجتها يتم بشكل سطحي .

٣ - عدم توافر الكفاءة اللازمة لذلك .

(١) بركة الحوشان ، إسهام الصحافة الخليجية اليومية في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب في دول الخليج العربية ، مرجع سابق ، غير منشور ، ١٤٢٣هـ ، ص(٤٥٢ وما بعدها) .

٤ - العشوائية في اختيار الموضوعات .

وعن مدى أهمية تناول الصحافة للموضوعات الأمنية فبينت نتائج الدراسة إجماع مسؤولي الإعلام الأمني (١٠٠٪) على أهمية تناول الصحافة لموضوعات الإعلام الأمني .

ونستنتج من ذلك تقدير القائم بالاتصال بالأجهزة الأمنية للصحافة وسيلة مهمة لتنمية الوعي الأمني وتقديرها حق قدرها، ولكن تظل هناك مسببات تمنع هذه الأجهزة من تقديم المعلومات المناسبة في الوقت المناسب للصحافة .

وعن سياسة إدارة الإعلام الأمني حيال نشر موضوعات الإعلام الأمني اتضح من نتائج دراسة مسؤول الإعلام الأمني أن الغالبية (٨٣,٠٪) تتبع سياسة محددة لنشر موضوعات الإعلام الأمني وفقاً لما يلي :

١- أن يكون التصريح للصحافة من المسؤولين أو من يخولونه حيال القضايا الأمنية التابعة لإدارتهم ، والتي لا تثير حفيظة الرأي العام أو تبرز خطأً سرية لتنفيذ الأعمال الأمنية ، كما للصحافة الحق في الانتقال إلى مسرح الحادث وعرض الموضوع على الإدارة قبل النشر .

٢- يتم النشر بشروط في أكثر الجرائم وخاصة التي لم يتم استكمال التحقيق فيها إذا كان النشر يضر بالقضية .

٣- القضايا التي تؤثر على الرأي العام مثل الإشاعات ، جرائم القتل ، يتم الرد عليها وإيضاحها للجمهور بمراحل مختلفة ، ومتابعة ذلك حتى صدور الحكم وتنفيذه .

٤ - يتم النشر اليومي في الصحف المحلية باللغتين العربية والإنجليزية عن القضايا المتعلقة بحوادث السلامة العامة (حوادث السير ، الحرائق ، الغرق) .

٥- القيام بحملات التوعية الموسمية مثل : بداية العام الدراسي ، ومواسم السفر في الإجازات الصيفية ، وأسبوع المرور ، ويوم الدفاع المدني ، ويوم الشرطة .

٦- إجراءات التحقيق لا يتم نشرها إلا بالتنسيق من قبل جهاز العلاقات وإمدادهم بالنص الجاهز للموضوع مع دعوتهم للالتزام بمضمونه .

٧- ترك الفرصة للصحافة في نقد أداء الأجهزة الأمنية ويمكن للجهاز الرد بما يناسب الحدث .

٨- خصوصية بعض القضايا وتحرص على ألا يكون في نشرها رد فعل عكسي وسلبى .

مما تقدم يتضح أن من يطبق هذه الضوابط فهو يخضع الصحافة لرقابة سابقة للنشر ، ولا يمكن تطبيقها في الواقع ، كما أن وضع هذه الضوابط من قبل المسؤول الأمني يجعل القائم بالاتصال يتحرك في دائرة غير مرئية ومحدودة من الضوابط تجعله ينصرف عن مناقشة موضوعات الإعلام الأمني إلى موضوعات أكثر رحابة واتساعاً ، وقد يكون هذا السبب هو من العوامل الرئيسة في ضعف تناول موضوعات الإعلام الأمني من قبل الصحافة اليومية .

١ . ٧ مسؤولية الأجهزة الأمنية تجاه القائم بالاتصال

كشفت دراسة مسؤولي الإعلام أن إسهام الأجهزة الأمنية في نجاح الصحافة يتمثل في قيام إدارات الإعلام الأمني بما يلي :

١- تقديم المعلومات عن المشكلات الخاصة بالأمر الأمنية التي لا ينتج عنها انعكاسات سلبية .

٢- إبراز بعض الجرائم التي تظهر في المجتمع والتي يعاقب عليها القانون وتسمح بها السياسة الإعلامية للوزارة .

٣- تلتزم الأجهزة الأمنية بدور مهم جداً في مجال تنمية الوعي الأمني لدى الشباب

٤- توفير ما يلزم من أخبار ومعلومات للصحافة بوجه عام : إحصائيات ، و دراسات محدودة .

٥- تزويد الصحافة و إمدادهم بالمعلومات الدقيقة القابلة للنشر .

٦- تسهيل مهمة الإعلام في تحقيق الوعي الأمني .

٧- توفير المادة اللازمة للصحافة والتي تدعو إلى تنمية الوعي الأمني لدى الشباب ، بل تعتمد الصحافة المحلية على الإدارة في الحصول أو في تعزيز برامجها الإعلامية والتحقيقات الصحافية من خلال المعلومات الخاصة بالأجهزة الأمنية المختلفة .

أما عن رضا مسؤول الإعلام عن إسهام إدارته في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب فكشفت دراسة قام بها المؤلف عن رضا الغالبية (٨٠٪) عن إسهام جهازهم الإعلامي في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب ، وقدره بالجهد الجيد وفقاً للإمكانات المتاحة وسعيهم إلى تطويره بالتعاون مع الصحافة ، حيث تقوم إدارتهم بتنفيذ العديد من البرامج الإعلامية التوعوية الموجهة للشباب ومن خلال جميع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة إضافة إلى وسائل أخرى مثل المعارض الأمنية المتنقلة والمشاركة في البرامج التي تقوم بها المؤسسات والجهات الحكومية الأخرى ، أما البقية فأبدوا عدم رضاهم عن ذلك وأرجعوه للأسباب التالية :

١- قلة الكفاءات الأمنية الإعلامية .

٢- ضعف الإمكانيات المادية لإبراز بعض الأنشطة في مجال التوعية الأمنية .
ويظهر من نتائج هذا الموضوع شكوى مسؤولي الإعلام من قلة
الإمكانيات المادية المعتمدة لتغطية نشاطات الإدارة ، ونقص (الكوادر)
البشرية القادرة على القيام بمهمة جهازهم الإعلامي .

«ويفسر ذلك تزايد الاهتمام لدى الدول العربية بمجالات مكافحة الجريمة
وإغفال الجانب الوقائي ، حيث يلحظ أن مساحة العمل الأمني في مجال
المكافحة يتقدم بشكل كبير على العمل الوقائي ، وذلك من خلال ما تنفقه
هذه الدول من أموال ، وما تقيمه من مؤسسات أمنية ، وما ترصده من إمكانيات
بشرية لحصر الجريمة ، ومكافحة المجرمين ، وهذا كله جاء على حساب العمل
الوقائي الذي لم يحظ حتى الآن بالاهتمام نفسه ولا بالسخاء نفسه ، رغم
أن معظم الدراسات الاجتماعية ، والأمنية تؤكد أن الوقاية هي الأصل ،
والمكافحة هي الفرع ، فضلاً أن العمل الوقائي أقل كلفة وأكثر فاعلية .

ومن هنا تأتي الدعوة إلى ضرورة التركيز على العمل الأمني الوقائي
حلاً لمشكلة الجريمة والانحراف ، وإن من أهم المجالات التي يمكن أن تعمل
على تطوير العمل الأمني الوقائي هي أجهزة الإعلام أو ما يسمى بالمؤسسات
الإعلامية لتنمية الوعي الأمني»^(١) .

١ . ٨ صعوبات نشر موضوعات الإعلام الأمني

كشفت دراسة قام بها المؤلف أن (٥٠,٠٪) يعانون من تدخل

(١) أحمد حويتي ، (د .ت) ، دور الإذاعة والتلفزيون في نشر الوعي الأمني والوقاية
من الجريمة والانحراف : نظرة عامة ، ندوة دور مؤسسات الإعلام والتنشئة في
نشر الوعي الأمني ومحاصرة الجريمة ، دولة الإمارات العربية ، ص(١٣٥) .

الصحافة في موضوعات الإعلام الأمني بشكل غير مرغوب، ويتم ذلك عن طريق:

١- اتباع أسلوب الإثارة قبل التحقق من نشر المعلومات.

٢- نشر تفاصيل القضايا وهي في طور التحقيق.

٣- عدم الرجوع إلى مصادر أمنية.

كما أوضحت الدراسة أن غالبية مسؤولي الإعلام (٠, ٨٣٪) يرون أن الصحافة لها أضرار على الشباب منها:

١- تقديم بعض الموضوعات التي تسعى إلى تحذير الشباب من ارتكاب بعض

الجرائم ولكن بدون قصد تعلمهم كيفية ارتكابها، كصنع المسكرات،

ويتم ذلك عن غير قصد أو بدون وعي أمني. أو خلفية إعلامية أمنية.

٢- إظهار المجرم بطلاً.

٣- من خلال الإعلانات (باعتبار الصحافة وسيلة تجارية).

٤- هناك بعض الكتابات أو التحقيقات واللقاءات المصورة التي قد يكون

لها أثر في انحراف بعض الشباب.

٥- التعرض لموضوعات لم ينته منها التحقيق وبالتالي التأثير على سير

التحقيق.

ولكن الجانب الإيجابي أكثر.

وعن رأي القارئ بالاتصال بالأجهزة الأمنية في أهم سلبيات توسع

الصحافة في طرح موضوعات الإعلام الأمني، أوضحت الدراسة تلك

السلبيات وفقاً يلي:

١- طلب تفاصيل دقيقة فيما يخص جنسية محددة أو عمالة محددة،

- وهذا الموضوع له جوانب ذات حساسية خاصة في ظل ارتفاع نسبة المقيمين في دول الخليج العربية .
- ٢- إبراز خطط الأجهزة الأمنية عن كيفية إلقاء القبض على مجرمين في قضايا المخدرات أو غيرها من الجرائم الأخرى .
- ٣- إثارة الرأي العام .
- ٤- التعمق في بعض موضوعات الإعلام الأمني ذات الحساسية الخاصة .
- ٥- عدم احترام جهود رجال الأمن . مثل تعميم أخطاء الأفراد العاملين في الأجهزة الأمنية على جميع رجال الأمن .
- ٦- عدم التزام الدقة .
- ٧- التأثير على مجريات التحقيق .
- ٨- توجيه الرأي العام سلبياً حيال الصورة الذهنية لرجال الأمن .
- ٩- عدم الرجوع إلى المصادر الأمنية المسؤولة حول ما ينشر من أخبار أمنية .
- ١٠- استخدام عنصر الإثارة والتشويش على سير التحقيق .
- ١١- توسع الصحافة في تفصيلات بعض القضايا والتأثير على المصلحة العامة وأمن الدولة ، إضافة إلى أن التشهير بالأسماء فيه من الضرر ما قد يهدم أسراً بأكملها .
- ١٢- يظل مستوى المعالجة الصحفية لموضوعات الإعلام الأمني ضعيفاً ويحتاج إلى تركيز وزيادة .
- كما كشفت الدراسة عن أهم المعوقات التي تحول دون استخدام الصحافة وسيلة لتنمية الوعي الأمني من وجهة نظر القائم بالاتصال بالأجهزة الأمنية وكانت على النحو التالي :

- ١- عدم وجود المحرر الوطني الذي يتمتع بالحس الأمني .
 - ٢- السعي للإثارة من قبل بعض الصحفيين لتحرير بعض موضوعات الإعلام الأمني .
 - ٣- عدم إعطاء الموضوعات الأمنية المساحة المناسبة والمكان المناسب .
 - ٤- الخوف من المساءلة القانونية .
 - ٥- عدم وضوح الرؤية .
 - ٦- سعي الصحافة إلى الإثارة وتلبية فضول القراء .
 - ٧- حساسية بعض الموضوعات رغم أهميتها .
 - ٨- الخوف من استغلال برامج التوعية في إرشاد المجرم على كيفية ارتكاب الجريمة .
 - ٩- النظام (البيروقراطي) قد يؤدي إلى تعطيل أو تأخير بعض الموضوعات .
 - ١٠- مصادر المعلومات قد تعيق سرعة اتخاذ قرارات النشر .
 - ١١- الحرص على استغلال كافة وسائل الإعلام من قبل القائم بالاتصال بالأجهزة الأمنية رغم وجود سبق صحفي لصحيفة معينة .
 - ١٢- عدم وجود عناصر متخصصة ذات خبرة في التعامل مع القضايا الأمنية الإعلامية ذات الطابع الحيوي والتي تمس المصلحة الوطنية وأمن البلاد .
 - ١٣- تخوف الصحافة من موضوعات الإعلام الأمني ، مع عدم وجود متخصصين داخل الصحف لمعالجة موضوعات الإعلام الأمني .
- وهذه المعوقات تحتاج لمزيد من العناية من قبل القائم بالاتصال، والجهات المعنية بإدارات الإعلام الأمني ، حتى يتم التغلب عليها، وهي في الواقع عقبة كبيرة يمكن تذليلها متى صدقت النوايا، وحددت الأهداف .

ويرى المؤلف أن عدم توافر (الكوادر) المؤهلة للقيام بتحرير موضوعات الإعلام الأمني من جانب القائم بالاتصال مع بعض المعوقات من قبل الأجهزة الأمنية هي التي ساهمت في عدم الاهتمام لموضوعات الإعلام الأمني من قبل الصحافة ومنها:

- ١- أن كمية المعلومات المتوافرة عن موضوعات الإعلام الأمني لا تتناسب مع رغبة القائم بالاتصال وبشكل يخدم موضوعات الإعلام الأمني .
 - ٢- عدم القدرة على الاتصال بالمسؤولين عن الأجهزة الأمنية إلا عن طريق العلاقات العامة بالوزارة في غالبية دول الخليج .
 - ٣- الحساسية الشديدة من قبل مسؤولي الأجهزة الأمنية والتدرع بالسرية وأن الموضوع غير قابل للنشر .
 - ٤- خشية بعض مسؤولي الأجهزة الأمنية من المساءلة عن التقصير .
 - ٥- حساسية موضوعات الإعلام الأمني تدعو إلى تحفظ بعض الجهات الرسمية في نشر بعض الموضوعات وعدم إعطاء تفاصيل .
- علاقة القائم بالاتصال بجمهور المتلقين في موضوعات الإعلام الأمني :
- يمكن تشخيص العلاقة بين القائم بالاتصال وجمهور المتلقين في موضوعات الإعلام الأمني في ظل عدم وجود أهداف مصاغة أو أهداف مؤسسية أو جمعية ، ولكنها رغبة القائم بالاتصال في أن يتصل بالآخرين في إطار الاستجابة إلى الحاجات والاهتمامات وردود أفعال جمهور المتلقين أو الظروف البيئية في المجتمع أو المحليات ، حيث ينتمي كل من المرسل والمستقبل إلى ثقافة واحدة يشتركون سوية في المشكلات والطموحات^(١) .

(١) المرجع السابق، ص(١٢٣) .

١ . ٩ مدى اهتمام القائم بالاتصال في الصحافة بموضوعات الإعلام الأمني

كشفت دراسة قام بها المؤلف^(١) على القائم بالاتصال واتضح من خلال إجابة القائم بالاتصال قناعته بأهمية المعالجة الصحفية للموضوعات الأمنية للأسباب التالية :

- ١ - لما لها من أهمية في تثقيف القارئ وتوعيته .
 - ٢ - من المهام الأساسية للصحافة معالجتها للأمر الحياتية المتعلقة بالإنسان ومن أهمها أمن الإنسان وسلامته .
 - ٣ - إيجاد وعي أمني يجنب المواطن الكثير من المخاطر وحمائته من أخطار الحوادث ، وتحسين صورة الأجهزة الأمنية ويكرس دولة القانون والنظام .
 - ٤ - الجوانب الأمنية مهمة وهي من أهم الجوانب الاجتماعية .
- وعن وجود قسم خاص للقضايا الأمنية اتضح من دراسة القائم بالاتصال أن جميع الصحف محل الدراسة لا يوجد بها قسم خاص لموضوعات الإعلام الأمني ، وبالتالي عدم توافر (الكوادر) المؤهلة للقيام بتحرير ونشر موضوعات الإعلام الأمني .

وعن أهمية وجود محرر متخصص لموضوعات الإعلام الأمني ؛ أظهرت دراسة القائم بالاتصال أنه لا يوجد محرر متخصص لموضوعات الإعلام الأمني في جميع صحف الدراسة ، وأن الغالبية (٠ ، ٦٧٪) يرون

(١) برکه بن زامل الحوشان، إسهام الصحافة الخليجية في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب في دول الخليج العربية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، (غير منشور) ١٤٢٣هـ. ص (٣٧٢).

وجود محرر متخصص لموضوعات الإعلام الأمني أمر مهم جداً، ويرى المؤلف أن وجود محرر متخصص أو أكثر لموضوعات الإعلام الأمني هو أمر ملح جداً، ويوجد في بعض الصحف مندوبين في الأجهزة الحكومية، ومنها الأجهزة الأمنية، فلو استبدل هؤلاء بمن تتوافر فيهم الكفاية لتحرير موضوعات الإعلام الأمني لتمكنت الصحف من مناقشة موضوعات الإعلام الأمني باهتمام أكبر، وبقدرات أفضل. كما أن على القائم بالاتصال بالأجهزة الأمنية أن تشترط في مندوبي الصحف المحلية القدرة، والكفاية، حتى تستفيد منهم في تحرير موضوعات الإعلام الأمني، ولا تترك الأمر مفتوحاً لكل مندوب مهما كانت قدراته.

فكيف يمكن للصحافة الكشف عن أوجه القصور في الأجهزة الأمنية، ونقدها في سبيل تطوير خدماتها إذا لم يتوافر المحرر المتخصص؟ كما أن من الأهداف التي يجب على الصحافة القيام بها نشر كل ما من شأنه تبصير الجماهير بواجبها نحو إجراءات التأمين والحماية اللازمة للأرواح والممتلكات حتى لا تكون فريسة سهلة أمام ذوي النشاط الإجرامي.

ويرى المؤلف أن هناك معضلتين تقفان أمام نشر الموضوعات الأمنية ولا تسمح بالتوسع وتخصيص صفحات متخصصة لموضوعات الإعلام الأمني هما:

- ١- عدم وجود المحرر المتخصص بموضوعات الإعلام الأمني، والقادر على الاستفادة من المادة الخبرية التي يقدمها القائم بالاتصال بالأجهزة الأمنية في شكل بيانات، أو تقارير، أو إحصاءات أو دراسات ميدانية، وغيرها.
- ٢- قلة المعلومات المتوافرة عن موضوعات الإعلام الأمني التي تسمح بها أجهزة الأمن.

كما اهتمت الدراسة بالتعرف على معايير نشر موضوعات الإعلام الأمني المعايير التي تطبقها الصحف في نشر موضوعات الإعلام الأمني وكانت الإجابة على النحو التالي :

- ١ - صحة المعلومة ، ووضوحها ، واكتمال عناصرها .
 - ٢ - الصدق والواقعية في مصادر الموضوع .
 - ٣ - أهمية الموضوع ، أو الخبر (أهمية القضية وخطورتها على المجتمع) .
 - ٤ - ارتباطها بالمواطن .
 - ٥ - الجماهيرية المحتملة للقضايا الأمنية .
 - ٦ - الصدق والموضوعية .
 - ٧ - خطورة الموضوع الأمني .
 - ٨ - تصريح مصدر أمني مسؤول .
 - ٩ - عدم ذكر أسماء صريحة .
 - ١٠ - البعد عن القضايا التي تثير الحساسية .
 - ١١ - البعد عن التشهير .
 - ١٢ - عدم نشر الفضائح الشخصية .
 - ١٣ - التنظيمات السياسية المخالفة والحوادث لا تغطي إلا بإذن المصدر الرسمي .
- ويشارك المؤلف الرأي مع من يرى أن فشل الصحافة في تحقيق أهداف الأمن من خلال النشر لموضوعات الإعلام الأمني إلى استخدامها محررين حديثي عهد بمهنة الصحافة وليسوا معدين للمهمة بكفاية ، طموحين إلى تحسين مراكزهم في الصحف وذيوع أسمائهم بين الناس ، وحين يعتمد المحرر في معالجة موضوع ما من موضوعات الجريمة إلى الاعتماد على

إحصاءات رسمية أو بيانات سبق جمعها فإنه يستخدمها بدون نقد ويبني عليها أحكاما لا يمكن أن تستخلص في الحقيقة منها وهنا تبرز الحاجة إلى تذكّر العبارة المشهورة (لويكهام استيد) « لا شك أن مستقبل الصحافة سيتحدد في الوقت الذي تظفر فيه الصحافة بأساتذة في علم الاجتماع» .

١ . ١٠ معوقات القائم بالاتصال إزاء موضوعات الإعلام الأمني

اتضح من دراسة القائمين بالاتصال في الصحف الخليجية أن (٥٠٪) يرون أن هناك معوقات تحول دون تغطية موضوعات الإعلام الأمني وهذه المعوقات هي :

- ١ - ليست هناك معلومات متوافرة بشكل يخدم الموضوع .
- ٢ - التعاون مع الجهات الأمنية مفقود .
- ٣ - عدم القدرة على الاتصال بالمسؤولين عن الأجهزة الأمنية إلا عن طريق العلاقات العامة .
- ٤ - الحساسية الشديدة من قبل مسؤولي الأجهزة الأمنية .
- ٥ - التذرع بالسرية وأن الموضوع غير قابل للنشر .
- ٦ - عدم إدراك مسؤولي الأجهزة الأمنية بأهمية دور الصحافة في الوقاية من الجريمة .
- ٧ - خشية بعض مسؤولي الأجهزة الأمنية من المساءلة عن التقصير .
- ٨ - حساسية الموضوعات الأمنية .
- ٩ - مراعاة خصوصية المجتمع .
- ١٠ - تحفظ بعض الجهات الرسمية في نشر بعض الموضوعات وعدم إعطاء تفاصيل .

١١ - ضعف الوعي العام .

ولا شك أن وجود هذه المعوقات في بعض دول الخليج يمنع القائم بالاتصال من تغطية موضوعات الإعلام الأمني تغطية فاعلة، ومؤثرة، ومع الإيمان الشديد بذلك، فإن الذين يرون عدم وجود معوقات (٥٠٪)، لم يختلفوا في تغطيتهم للموضوعات الأمنية بشيء، ويرى المؤلف أن التغطية الصحفية الناجحة مشروطة باهتمام القائم بالاتصال بموضوعات الإعلام الأمني، وبعناية الأجهزة الأمنية بتوفير المعلومات .

أما الصعوبات التي تواجه الصحيفة في معالجة موضوعات الإعلام الأمني فأتضح أن غالبية القائمين بالاتصال (٨٣، ٥٠٪) يرون أن هناك صعوبات تواجهها الصحيفة عند معالجة موضوعات الإعلام الأمني وهذه الصعوبات هي :

- عدم توافر (الكوادر) المؤهلة للقيام بتحرير ونشر الموضوعات الأمنية .

- حساسية الموضوع الأمني .

- الدقة وتحري المصدقية .

والملاحظ أن الصعوبات التي يشتكي منها القائم بالاتصال يمكن إرجاعها إلى عدم توافر المتخصص المؤهل لتغطية موضوعات الإعلام الأمني، أما تعاون الأجهزة الأمنية مع الصحيفة فأتضح أن الغالبية ترى أن الأجهزة الأمنية متعاونة في إمداد الصحيفة بالمعلومات، ولكنها لا تلبي حاجة الصحيفة، كما أتضح ذلك في معوقات تغطية موضوعات الإعلام الأمني التي تواجهها الصحيفة عند ذلك . حيث يرى أحد القائمين بالاتصال أن التعاون مع الأجهزة الأمنية محدود؛ حيث تزودنا بمعلومات منتهية، وجانب التوعية يحتاج إلى معلومات آنية تساعد على القضاء على الإشاعة،

وتعاون الجمهور في القبض على الجناة، وتحذير الناس حتى لا يكونوا ضحايا للاعتداءات وغيرها. وهذا الرأي يحقق بعض أهداف النشر عن موضوعات الإعلام الأمني ويتفق مع ما تدعو إليه الدراسة من ضرورة توافر المعلومات لدى القارئ بالاتصال حتى يستطيع تغطية موضوعات الإعلام الأمني بطريقة تحقق أهداف النشر، ولا يعني ذلك عدم الاستفادة من المعلومات التي تقدمها الأجهزة الأمنية ولو جاءت متأخرة.

وعن أهم المعايير التي تمنع نشر موضوعات الإعلام الأمني فكانت إجابة القارئ بالاتصال محددة لهذه المعايير وهي:

- ١ - عدم الإضرار بالمصلحة العامة .
- ٢ - عدم التأكد من مصداقية المعلومة .
- ٣ - عدم اكتمال معلومات الموضوع .
- ٤ - البعد عن القضايا الشخصية .
- ٥ - تهديد الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي .
- ٦ - البعد عن إثارة النعرات القبلية أو الطائفية أو الدينية .
- ٧ - ضعف المعلومات الواردة عن القضايا الأمنية .
- ٨ - خطورة الموضوع على الأمن الوطني .
- ٩ - عدم توافق الموضوع مع عادات ومقومات المجتمع .
- ١٠ - حساسية الموضوع الاجتماعية .
- ١١ - التشهير بأفراد المجتمع .
- ١٢ - القضايا المتعلقة بالجوانب الأمنية العليا التي تؤثر على استقرار الدولة والحفاظ على سرية المعلومات الأمنية .

١٣ - التشكيك في العملة الوطنية .

مما تقدم أستطيع من خلال نتائج الدراسة التي سبق الحديث عنها أن أؤكد بأن موضوعات الإعلام الأمني تتمتع بأقبال جمهور القراء عليها بدرجة عالية جداً وتطلعهم إلى زيادة النشر في هذه الموضوعات بدرجة عالية جداً، ولكن هذا مرهون بتحرر القائم بالاتصال في الأجهزة الأمنية من القيود التي أعاق به العملية الاتصالية في هذه الموضوعات ، بالرغم من رغبته العالية جداً في الإفادة من وسائل الإعلام في تنمية الوعي الأمني وفقاً لما يحقق مصلحة المجتمع ، حيث أوضحت الدراسة أن النظام (البيروقراطي) التي تتعامل بموجبه إدارات الإعلام الأمني يسبب تأخر النشر عن بعض الموضوعات في الصحافة التي تتطلب الأنية والسرعة . لذا اقترحت الدراسة على الجهات العلمية التابعة للجهات الأمنية ومنها جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية وكليات الأمن في الوطن العربي إدراج دورات تخصصية في الإعلام الأمني في البرنامج السنوي للتدريب ، لتأهيل العاملين في إدارات الإعلام الأمني .

كما يتحمل القائم بالاتصال في الصحافة جزءاً من هذه المسئولية بعدم تأهيل محررين متمكنين لمناقشة موضوعات الإعلام الأمني ، وإعطاء اهتمام أكبر بزيادة المساحة والعمل على تنوع القوالب التحريرية التي تعنى بالتحليل والتفسير واستخلاص الدلالات وعدم الاكتفاء بالنشر لما تلتقطه من أخبار من المصادر الرسمية أو الوكالات ، وتوفير شروط النشر الجيدة لهذه الموضوعات في الصحيفة . لذا اقترحت الدراسة على مراكز خدمة المجتمع في الجامعات عقد دورات متخصصة في الإعلام الأمني لخدمة الجهات الإعلامية التي تحتاج هذا التخصص من مؤسسات صحفية وأجهزة أمنية .

المراجع

أحمد حويتي (د.ت)، دور الإذاعة والتلفزيون في نشر الوعي الأمني والوقاية من الجريمة والانحراف : نظرة عامة، ندوة دور مؤسسات الإعلام والتنشئة في نشر الوعي الأمني ومحاصرة الجريمة، دولة الإمارات العربية.

بركه بن زامل الحوشان، إسهام الصحافة الخليجية في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب في دول الخليج العربية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، (غير منشور) ١٤٢٣هـ.

_____، إسهام الصحافة الخليجية في تنمية الوعي الأمني لدى الشباب في دول الخليج العربية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، (غير منشور) ١٤٢٣هـ.

حمزة بيت المال، الإعلام الأمني والأمن الإعلامي، ندوة الإعلام الأمني: المشكلات والحلول، القاهرة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

السيد عبدالرؤوف، التوعية الأمنية، (ندوة الإعلام الأمني: المشكلات والحلول) القاهرة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

عبد العزيز بن سعيد آل مسبل، ورقة عمل عن التنظيم الإداري لأجهزة الإعلام الأمني، ندوة إدارة وتنظيم أجهزة الإعلام الأمني، ١٥-٢٦ شوال ١٤٢٠هـ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، (غير منشور).

عبد الله أحمد الافندي، تخطيط برامج الإعلام الأمني، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، (غير منشور).

المكتب العربي للإعلام الأمني ، الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية
العرب ، المؤتمر العربي الثاني لرؤساء أجهزة الإعلام الأمني ،
(ندوة الإعلام الأمني وتحديات القرن الواحد والعشرين) ،
تونس ، ٢٣-٢٥ / ٣ / ١٤١٨ هـ .

الإعلام الأمني وقت الأزمات

العميد. أحمد صالح العمرات

٢ . الإعلام الأمني وقت الأزمات

المقدمة

يلعب الإعلام الأمني دوراً بارزاً في نجاح أجهزة الشرطة والأمن في تحقيق إنجازاتها العملية واليومية الهادفة إلى تحقيق الأمن والاستقرار وبسط سيادة القانون في أي مجتمع في الوقت المعاصر ، فمن خلال الأداء المتميز لهذه الأجهزة تبرز الحاجة إلى توعية المواطنين وتبصيرهم وتعليمهم وإرشادهم إلى الإجراءات المطلوبة منهم ، وكذلك المحظورات التي يجب عليهم الابتعاد عنها ، وما هي الترتيبات التي وضعها القانون والنظام والتعليمات ، لكي تستقيم الحياة البشرية دون اعتداء على حقوق الآخرين وحررياتهم .

وإذا كان الإعلام الأمني مطلوباً في الأوقات العادية التي تمر بها أجهزة الشرطة والأمن ، لغايات الإرشاد والتعليم والتوعية ، فإن هذا الإعلام يصبح أشد ضرورة وأهمية ومطلوباً أكثر في أوقات الشدة والأزمات والكوارث والعمليات الخاصة بمحاربة الإرهاب ، وتبرز هذه الأهمية لأن مثل هذه الأزمات والحالات الخاصة تلفت نظر وسائل الإعلام وقيادات الرأي العام إلى الأوضاع الأمنية السائدة ، التي ربما تؤثر بصورة أو بأخرى على سلامة سير حياة الناس ، وانتظام عمليات إنتاجهم ووظائفهم وأعمالهم الخاصة ، وبذلك يصبح الطلب على المعلومات المتعلقة بالأزمات والكوارث والحالات الخاصة طلباً ملحاً من كافة فئات وشرائح المجتمع ، ومن هنا تبرز أهمية استعداد القائمين على الإعلام الأمني للتصدي لكل جديد وتطور في الأزمة التي تواجهها أجهزة الشرطة والأمن .

وفي ظل الظروف الإعلامية المعاصرة السائدة ، من انتشار الفضائيات وتطور وسائل الاتصالات والمواصلات ، وسرعة الانتقال إلى أماكن الأزمات ، وتوفر تقنيات نقل الحدث لحظة وقوعه بالصوت والصورة ، وتنافس وسائل الإعلام علىسبق الصحفي خدمة للأهداف المهنية للإعلام والأهداف السياسية والاقتصادية للملكي هذه الوسائل ، فإن الإعلام الأمني يجد نفسه في أزمة إذا لم يرتب أوضاعه ويستعد لمواجهة التحديات التي تفرزها ظروف الأزمة وتفرضها وسائل الإعلام الأخرى المنافسة .

إن أكثر التحديات التي تواجه الإعلام الأمني في ظل الأزمة هي السبق الصحفي والإدلاء بالمعلومات في الوقت المناسب ، أي السرعة في كشف الحدث للرأي العام من خلال وسائل الإعلام المتواجدة في أرض الحدث ، وهذا السبق يتطلب المصدقية والشفافية والاعتراف بوقوع الحدث والتفصيل عنه بصورة شافية ومقنعة دون المساس بمقتضيات التحقيق الأولي ، مع الابتعاد عن الاستغراق في التفاصيل التي قد تضر بسمعة وحرية وحقوق أطراف القضية .

ومثل هذه التحديات المهنية والفنية تتطلب من القائمين على الإعلام الأمني الاستعداد والجاهزية العالية ، من حيث الكوادر الفنية ، والأجهزة اللازمة للتصوير التلفزيوني ، والفوتوغرافي ، وتسجيل الصوت ، ووسائل نقل المعدات والأفراد إلى موقع الحدث بسرعة فائقة ، مع توفير الحماية للكوادر العاملة من قبل رجال الشرطة والأمن في الموقع . وعلى العاملين في تحرير الرسائل الإعلامية أن يكونوا مدربين على صياغة هذه الرسائل وبثها عبر وسائل الاتصال التي يجب أن تتوفر لهم بأحدث الأجهزة والمعدات مثل الفاكسات والتلفونات النقالة وغيرها من وسائل نقل الصورة والخبر .

ولمعالجة موضوع هذا البحث فقد تم تناوله على النحو التالي :

- ١ - دور الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن .
- ٢ - موضوع الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٣ - إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٤ - خصائص الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٥ - أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٦ - تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات .
- ٧ - كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات .
- ٨ - النتائج والتوصيات .

٢ . ١ أثر الإعلام الأمني في تنمية العلاقة بين الشرطة والمواطن

لقد تبوأ الإعلام الأمني في العصر الحديث مكانة بارزة وأهمية خاصة في تحقيق أهداف الأمن العام في أي مجتمع كان ، من خلال ما يسهم به في توعية المواطنين بالقضايا الأمنية التي تتعلق بحياتهم وفي تبصيرهم بدورهم في مساعدة رجال الشرطة في تحقيق أهداف الأمن الشامل بالمفهوم المعاصر ، خاصة إذا علمنا أن العلاقة القائمة حالياً بين رجال الأمن والمواطنين تشوبها حالات من الشك والريبة وعدم الثقة المتبادلة ، مما يؤدي بها إلى أن تصبح علاقات سلبية متضاربة .

ويمكن الجزم بأن اتجاهات المواطنين نحو رجال الشرطة ، تكونت نتيجة خبرات المواطنين السابقة عن طبيعة الوظيفة الشرطة وأهدافها في الماضي ، وأن تاريخ الشرطة وارتباطها بالاستعمار والاستبداد والحكم الدكتاتوري ، ما زال يصبغ علاقة المواطنين مع الشرطة بصبغة غير ودية ، وتترسخ هذه

الاتجاهات حالياً نتيجة لتصرفات بعض رجال الشرطة الذين يتعسفون باستعمال السلطة ، غير مقدرين قيمة الوظيفة الاجتماعية التي يؤدونها ، ولا مدركين لأثر الدور الإنساني الموكول إليهم ، في تهيئة البيئة الآمنة ، التي تجعل المواطنين أكثر رخاءاً^(١) .

إن أهم ما يشغل بال القائمين على إدارة الأجهزة الشرطة في جميع أنحاء العالم في الوقت الحاضر ، هو كيفية إقامة علاقات بناءة تقوم على الاحترام المتبادل والتعاون الفعال ، بين هيئة الشرطة وأفراد المجتمع ، وذلك من أجل كسب تأييدهم لجهود الشرطة الرامية إلى تحقيق الأمن والاستقرار العام ، ودفع هؤلاء الأفراد إلى تقديم كل ما من شأنه أن يساهم في تحقيق الأهداف المحددة التي تسعى إليها أجهزة الشرطة^(٢) .

لقد ظهر في الوقت الحاضر مفهوم الشرطة المجتمعية ليعبر عن أهمية العلاقة الحيوية بين أفراد المجتمع وأفراد الشرطة في تحقيق أهداف الأمن والنظام العام في أي مجتمع ، والتي يتمناها أفراد المجتمع الساعون إلى التقدم والازدهار ، والتي لن تتحقق بصورة مثلى دون أن يساهم أفراد المجتمع في معاونة رجال الشرطة في إنجازها بصورة أو بأخرى ، فمهما بلغت إمكانات أي جهاز أمني على الصعيدين المادي والبشري ، ومهما بلغت القدرات الذهنية لدى القائمين عليه ، سوف يلقي صعوبات في أن ينهض

(١) العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة الأردنية) ،

عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨م ، ص ٣٢٩ .

(٢) العطار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع «دورية

الفكر الشرطي» (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦م) ، ص

ص ١٣٧ - ١٥٠ .

بأعباء الرسالة الملقاة على عاتقه ، بالشكل الأمثل والأكمل ، دون أن تكون هناك علاقة وطيدة تربط هيئة الشرطة بالجمهور^(١) .

وفي الواقع العملي ، فقد أثبتت التجارب اليومية أن المواطن الواعي ، يستطيع أن يسهم في تحقيق أهداف الشرطة ، ويساعدها على توفير كثير من الجهود والنفقات في مجالي الضبط الإداري (منع الجريمة قبل وقوعها) والضبط القضائي (ضبط الجريمة وتعقب الجناة بعد وقوعها) .

فالمواطن على سبيل المثال يسهم في ذلك من خلال^(٢) :

- ١ - التزامه بالقوانين والأنظمة والتشريعات المرعية الإجراء .
- ٢ - قيامه باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوع الجريمة عن نفسه وماله وذويه .
- ٣ - قيامه بإبلاغ رجال الشرطة عن الجرائم التي تصل إلى علمه أو يشاهدها أو يتعرف على مرتكبيها .
- ٤ - تقدمه للشهادة في المحاكم أمام القضاء لتدعيم أدلة وبراهين رجال الشرطة تجاه المجرمين والمشتبه بهم .
- ٥ - قيامه بالمحافظة على مسرح الجريمة لحين حضور رجال الشرطة المحققين والخبراء المختصين برفع الآثار المادية .
- ٦ - قيامه بالمساعدة في إلقاء القبض على المجرمين والفارين في حالة تعرفه عليهم وتسليمهم لرجال الشرطة .

(١) البداينة ، ذياب ، «شرطة المجتمع : أنموذج لعمل الشرطة العربي المستقبلي» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، ديسمبر ١٩٩٧م) ص ص ١٣٣ - ١٢٧ .

(٢) العمرات ، أحمد صالح ، الأمن والتنمية ، عمّان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢م ، ص ٣٣ وما بعدها .

تبين المجالات السابقة أن للمواطنين دوراً إيجابياً في تحقيق أهداف الشرطة ، المتمثلة في إقرار النظام والأمن العام ، وأن هناك مجالات عديدة يمكن لهؤلاء المواطنين أن يسهموا من خلالها في حماية المجتمع من شرور الجريمة والمجرمين . ولكن حتى ينخرط المواطنون في الإسهام الفعّال مع رجال الشرطة في تحقيق الأهداف الأمنية والشرطية ، فيجب أن يدرك المواطنون أهمية دورهم ، وأن يعرفوا حدود هذا الدور وطبيعته ، وهذا لن يتأتى إلا عن طريق الإعلام الأمني المدروس .

٢ . ٢ أهداف الإعلام الأمني

إن إعلام المواطنين بأهداف الشرطة وإجراءاتها ومعطياتها ومبررات ما تقوم به من أجل تحقيق حفظ الأرواح والأعراض والأموال ، وتحقيق حماية النظام العام والبيئة الآمنة المستقرة ، إنما يقصد به كسب تأييد المواطنين لهذه الأهداف وتلك الإجراءات ، وفي نفس الوقت تعويدهم على التعاون مع رجال الشرطة بصورة فعّالة من خلال دفعهم إلى اتباع الإجراءات الأمنية التي تحمي أمنهم وأمن بقية أفراد المجتمع . ويحتاج التعاون المطلوب من المواطنين إلى أن يتعرف كل مواطن على المفهوم المعاصر لأهداف الأجهزة الشرطية والأمنية . ومن الصعب على أي فرد من أفراد المجتمع أن يتفهم هذه الأهداف إلا إذا تم اطلاعه عليها بشكل مفصل ومعتمق من خلال الإعلام الأمني المدروس ، ولعل الأهداف التالية هي أهمها^(١) :

١ - إيجاد شعور لدى المواطنين بأن هيئة الشرطة والأمن قادرة على توفير

(١) العمرات ، أحمد صالح ، «الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني» مجلة الأمن والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد ١٩٩ / ١٤١٩ هـ) .

الأمن العام، وأن عليهم أن ينصرفوا إلى أعمالهم وإنتاجهم لدعم الاقتصاد والازدهار الاجتماعي .

٢- ترسيخ الاعتقاد لدى المواطنين بأن أجهزة الشرطة والأمن جاهزة ومستعدة لتقديم الخدمات الأمنية للجميع دون تمييز وفي أي وقت .

٣- إظهار السياسة الأمنية الوقائية الفعالة أمام المواطنين لكي يقتنع الجميع بأنهم يعيشون في مجتمع آمن تحميه أجهزة شرطة وأمنية مختارة يقظة وأمينة .

٤- إظهار الجدية من قبل رجال الشرطة والأمن في ملاحقة العابثين بالقوانين والأنظمة ، وتقديم كل خارج على القانون إلى القضاء لينال جزاءه العادل .

٥- تفعيل إجراءات الضبط الإداري الهادفة إلى حماية المجتمع والبيئة ، من خلال ما يقوم به رجال الشرطة والأمن من أساليب وإجراءات وطرق وقائية تمنع وقوع الجرائم والانحرافات .

٦- تأمين سلامة الشباب والأطفال وقيام رجال الأمن والشرطة بحمايتهم من الانحراف ومراقبة أماكن إفسادهم وذلك حتى يطمئن الأهالي على أبنائهم .

٧- العمل مع الجهات المختصة لإزالة العوامل المؤدية إلى الانحراف حماية للأخلاق العامة وتوفير الأسباب الأمن والازدهار والاستقرار العام .

٨- بذل المزيد من الجهود لبناء الثقة والاحترام المتبادل بين رجال الشرطة والأمن من جهة وبقية أفراد المجتمع من جهة أخرى .

٩- العمل الفوري والسريع على فض المنازعات والإشكالات البسيطة بين المواطنين لأن تطورها يؤدي إلى تفشي الجرائم والثأر والانتقام إذا لم يتم وأدها في مهدها .

١٠ - تنمية المعرفة العلمية والفنية والقضائية لدى رجال الشرطة والأمن ،
وتجهيزها بأحدث المعدات والأجهزة اللازمة لتقصي الحقائق والأدلة .

٢ . ٣ ماهية طبيعة إشكالية الإعلام الأمني في الأزمات

يأخذ الإعلام صفة القضية التي يتناولها ، فإذا كانت قضية سياسية ،
يكون إعلاماً سياسياً ، وإذا كانت اقتصادية ، يصبح إعلاماً اقتصادياً ،
ويغدو ثقافياً إذا كانت القضية ثقافية . . . واجتماعياً وحضارياً وبيئياً إذا
كانت القضية التي يتصدى لها كذلك ، وهكذا يكون الإعلام أمنياً عندما
تكون القضية التي يواجهها ويقدم عنها أخباراً ومعلومات ، قضية أمنية
تتعلق بحياة البشر وسلامة أعضائهم وأموالهم ومكتسبات وطنهم .

والإعلام الأمني في معظم حالاته ينشط وتبرز أهميته في حالات
الأزمات الأمنية ، التي تواجه الأجهزة المسؤولة عن حفظ الأمن والنظام
في أي مجتمع ، فمن أزمة مكافحة الجريمة الواقعة على أمن الدولة وعلى
الأشخاص أو الأموال إلى أزمة التصدي للجريمة المنظمة وأزمة مكافحة
المخدرات ، إلى أزمة مكافحة الإرهاب بمختلف أشكاله من اختطاف
الطائرات ، واحتجاز الرهائن ، والاعتداء على رجال الأمن والموظفين
العموميين ، وترويع الأهالي والاعتداء على حريات المواطنين وسلب
أموالهم وتخريب ممتلكاتهم ، وتعطيل النظام العام . وكذلك الأمر في
الأزمات الطبيعية الناتجة عن الزلازل والفيضانات والأعاصير والكوارث
الأخرى كالأمراض السارية والمعدية وغيرها من الأزمات التي تستنفر
طاقات أجهزة الدولة عامة والأمن العام خاصة للتصدي لها^(١) .

(١) مصطفى ، أحمد سيد ، «منهج مقترح لإدارة الأزمات» دورية الفكر الشرطي
(الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦م) ، ص ١٩٥ وما بعدها .

فما أن يخرج الإعلام الأمني من التعامل مع أزمة حتى يدخل في أزمة أخرى ، وبالتالي فإن هذا النوع من الإعلام يمكن أن يوصف بأنه إعلام أزمة ، وفي غير حالات الأزمة الأمنية فإن الإعلام يتحول إلى إعلام اجتماعي أو ثقافي أو توعوي أو تنموي بحسب القضية التي يعالجها ، حيث يتوجه إلى أن يصبح إعلاماً هدفة إرشاد المواطنين إلى الإجراءات اللازمة التي يجب عليهم أن يتخذوها لحماية أنفسهم وأموالهم وأعراضهم من الاعتداء ووقاية أبناء مجتمعهم من أن يقعوا فريسة للاحتيال والاعتداء ، وإلى إعلام توعوي بأهمية التزام المواطنين بالقوانين والأنظمة والأخلاق الحميدة ، وكذلك الطلب منهم مساعدة رجال الأمن في تأدية واجباتهم في حماية الممتلكات العامة والخاصة وفرض هيبة النظام العام لكي يستقر المجتمع ويتمتع الجميع بالهدوء والسكينة وقطف ثمار الطمأنينة ، بهدف زيادة الإنتاج والتنمية وتحقيق الرفاه الاجتماعي لجميع أبناء المجتمع^(١) .

إن الإعلام الأمني في الحالات الطبيعية ، إذا سلمنا جداولاً بأن أجهزة الأمن العام يمكن أن يمضي يومها بدون أزمات ، يمكن أن يحمل رسائل تعليم المواطنين وتوعيتهم من أجل زيادة الحس الأمني والوعي لدى مختلف شرائح المجتمع من أطفال ونساء ورجال وشيوخ وأهل حضر وباد وأرياف ، وتلاميذ ومعلمين وتجار وصناع ومزارعين ، بهدف جعلهم جميعاً أعواناً لرجال الأمن العام . ومن ناحية أخرى يمكن أن يستهدف الإعلام الأمني تنبيه المنحرفين وردع المجرمين ، وفي نفس الوقت طمأننة المواطنين الصالحين إلى أن في المجتمع سلطة قوية وأجهزة أمن عام جاهزة ومستعدة

(١) الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠م ، ص ٣٧ .

لإلقاء القبض على كل من تسول له نفسه الاعتداء على حقوق الآخرين ، وذلك من خلال إبراز أنشطة مختلف أجهزة الأمن والشرطة ومدى جاهزيتها للقيام بواجباتها ، وكذلك فإن هذه الأنشطة الإعلامية تسهم في رفع الروح المعنوية لكافة منتسبي الأجهزة الأمنية عندما يطلعون على إمكانيات وطاقات مختلف وحدات الأمن العام من خلال الرسائل الإعلامية التي تبث إليهم .

يقوم الإعلام الأمني على فلسفة ومقاصد مفادها زيادة التأثير والفاعلية لما يصدر عن أجهزة وسائل الإعلام العامة والخاصة بأجهزة الأمن من نشاطات إعلامية ذات صبغة أمنية تقدم من خلال منظومات الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة ، والتي يقصد بها توعية أكبر قدر ممكن من الناس توعية أمنية متوازنة تثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح والتفوق ، من خلال الالتزام بالأنظمة والتعليمات التي تكفل أمن الإنسان وحرية وسلامة عرضه وماله في شتى مجالات الحياة .

ويعد الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي أخذت مكانها المميز بين أساليب الإعلام النوعي المتخصص الهادف ، وهو بهذا المعنى يعرف بأنه (كل ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية وتوعوية وتعليمية بهدف المحافظة على أمن الفرد والجماعة وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المعبرة)^(١) .

وحيث إن الإعلام يقدم معلومات وتحليلات ومناقشات ويعرض آراء المختصين والمسؤولين حول قضية معينة من أجل التأثير في اتجاهات الرأي

(١) الجحني ، علي فايز ، «نظرة على الإعلام الأمني» مجلة الأمن (الرياض ، وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) ، ص ١٦١ .

العام لمناهضة توجه ما أو لتأييد قضية أخرى ، فإن من الصعب على القائمين على الإعلام أن يكونوا على الحياد ، فهم مع طرف ضد طرف آخر ، ولو حرصوا على الظهور بمظهر الحياد وعدم التدخل ، وذلك لأن الإعلام عامل حيوي يتأثر بالحدث ويؤثر بالرأي العام الذي سيؤثر بدوره في الحدث في مرحلة ما ، انطلاقاً من طبيعة الإعلام الديناميكية المتحركة في مختلف الاتجاهات . فالإعلام عامل متغير ومغير في نفس الوقت ، أي أنه تابع للحدث ومتبوع من اتجاهات الرأي العام ، وله سطوة قوية في تغيير نتائج الأحداث وتوجيهها في اتجاهات مرغوبة لصانع القرار الذي يمتلك صناعة الإعلام القوي بمختلف وسائلها ورسائلها وكوادرها وأجهزتها المرئية والمسموعة والمقروءة^(١) .

إن الإعلام المعاصر أصبح صناعة ذات تقاليد وأعراف وأسرار ، تحتاج إلى إنفاق هائل من الموارد المادية على تأهيل الكوادر الفنية والموارد البشرية وإجراء الدراسات والأبحاث والاستطلاعات ، وإنتاج المواد الإعلامية ، وبثها عبر وسائل الإعلام المختلفة في أوقات ومناسبات مؤثرة تتلاءم مع طبيعة الحدث والاهتمام العام به من قبل الجمهور المستهدف . ومن هذا المنطلق أصبح الإعلام المعاصر محتكراً في معظم دول العالم من مجموعة محدودة من الشركات العملاقة العابرة للقارات ، والتي تفوق موازاناتها المالية كثيراً من موازانات بعض الدول المتقدمة ومعظم الدول النامية ، ونلاحظ بأن الإعلام العالمي أصبح في خدمة الدول العظمى لترويج ثقافتها

(١) الحويقل ، معجب بن معدي ، «الرأي العام وكيفية تكوينه» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠م) ص ١٩٣ - ٢١٥ .

ومنتجاتها ، وفرض سيطرتها وهيمنتها على مقدرات البشرية بأسرها ، في مختلف مناطق العالم ، لابل وتعداها إلى السيطرة على العالم الخارجي .

٢ . ٤ خصائص الإعلام الأمني في الأزمات

والإعلام الأمني لا يخرج عن كونه عملية رشيدة ، لتوصيل المعلومات والأنباء وتوضيح الحقائق ، عن طريق أشخاص ذوي كفاءة عالية ، يستخدمون وسائل اتصال ورسائل إعلامية وفقاً لمعايير الجودة المهنية الشاملة ، بهدف التأثير في الآخرين ، لجعل ذوي الاتجاهات الإيجابية أكثر إيجابية ، وتحويل ذوي الاتجاهات السلبية إلى أشخاص ذوي اتجاهات إيجابية ، أو على الأقل جعلهم أقل سلبية حيال القضايا ذات الصبغة الأمنية .

من خلال المفهوم السابق نستطيع أن نتفق مع الدكتور أديب خضور في تحديد خصائص الإعلام من حيث إن^(١) :

٢ . ٤ . ١ الإعلام الأمني وسائل

وتقسم هذه الوسائل إلى منظومات ثلاث هي :

- منظومة الإعلام المقروء .
- منظومة الإعلام المسموع .
- منظومة الإعلام المرئي .

(١) خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩ م ، ص ٣٩ وما بعدها .

ولكل منظومة خصائصها التكنولوجية التي تبرز دورها وتأثيرها في صياغة الرأي العام ، وبالتالي تحدد الطريقة والوقت الذي يجب أن تستخدم فيه ، من أجل خدمة الهدف الإعلامي الأمني في وقت الأزمات ، وفي غيرها من الحالات التي تستهدف الأجهزة الأمنية فيها ، توصيل رسالة معينة إلى الجمهور لخدمة قضاياها الأمنية .

٢ . ٤ . ٢ الإعلام الأمني رسائل

تمارس الوسائل الإعلامية تأثيرها في الجمهور المستهدف من خلال رسائل إعلامية مدروسة ومؤثرة ، بحيث تتناول موضوعاً مهماً ناضجاً وأنيماً ، كما ينبغي أن تكون الرسالة مخرجة في شكل مناسب يبلغ مداه التأثيري على الجمهور ، خدمة للقضية الأمنية المطروحة .

والرسائل الإعلامية في الأزمات تنقسم إلى أربعة أنواع :

- رسائل موجهة إلى داخل البلاد .
- رسائل موجهة إلى خارج البلاد .
- رسائل موجهة إلى أطراف أخرى ذات علاقة .
- رسائل موجهة إلى الخصم مباشرة .

٢ . ٤ . ٣ الإعلام الأمني كوادر بشرية

أكدت الوقائع أن التطور التكنولوجي وتطبيقاته الكثيرة يؤدي إلى تزايد أهمية العنصر البشري في مختلف مراحل العملية الإعلامية ، ويمكن تلمس أهمية تأهيل الكوادر الإعلامية الأمنية من خلال ما طرأ على المستوى الثقافي والتعليمي لمتلقي الرسائل الإعلامية من ارتفاع ، وعلى تراكم الخبرة

الاتصالية المتنوعة له ، الأمر الذي عزز الموقف التقدي عنده ، وغيرها من تنافس وسائل الإعلام الأخرى للوصول إلى هذا المتلقي في سوق تنافسية حرة بعيداً عن الضغط والضبط الإعلامي الرسمي .

فقد أدت هذه التطورات وغيرها من تغير المفاهيم الإعلامية المعاصرة إلى ازدياد المهام الملقاة على عاتق الكادر الإعلامي الأمني ، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تنمية أساليب ومهارات تأهيل هذا الكادر بحيث يصبح متخصصاً في المواضيع والوسائل والتنوع الصحفي المطلوب .

٢ . ٤ . ٤ . الإعلام الأمني إبداع

يعد الإبداع جوهر العملية الإعلامية ، وذلك لأن الإعلام فعالية فكرية ، تتفاعل مع الواقع الموضوعي بهدف تشخيصه ، وفهم قوانينه ، ومعالجة معطياته وتطوراته ، وتوليد أفكار قادرة على أن تصل إلى الجمهور المستهدف والتأثير عليه ، ودفعه إلى السلوك والعمل وفقاً للغايات الأمنية المطلوبة .

وحتى يكون الإعلام إبداعاً لا بد من مراعاة الأمور التالية :

- دورية الإعلام وتقديم مواده بمواعيد محددة .
- مواكبة الأحداث لعكس التطورات وملاحقة التغيرات في الحدث .
- مراعاة نوعية الجمهور المستهدف والتركيز على اهتماماته .
- مراعاة نوعية الوظائف والمهام المطلوبة من الإعلام وصولاً إلى الأهداف المطلوبة .

٢ . ٤ . ٥ . الإعلام الأمني عملية

العملية ليس لها تعريف محدد ، ولكنها مفهوم يقوم على الحركية

والاستمرار، وفي ظل هذا المفهوم ينبغي دراسة كل ظاهرة على حالتها المتحركة وليس الثابتة. والعملية مجموعة عناصر تتفاعل فيما بينها، تربطها علاقات ديناميكية يتحدد من خلالها شكل الظاهرة ونتائجها.

من هنا نجد أن فهم الإعلام الأمني كعلم اتصال يحتاج إلى فهم مجمل الاتجاهات الشاملة للعملية الاتصالية وتأثيراتها المتبادلة بين المرسل والرسالة والمتلقي ونوع الموضوع وأهمية تأثيراته الجانبية على بقية أطراف المجتمع الذين لا تربطهم بالقضية المطروحة علاقات مباشرة، وهذا الأمر يعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل الشاملة.

٢ . ٤ . ٦ . الإعلام الأمني هادف

الإعلام عملية هادفة، تتم من أجل تحقيق أهداف محددة ومفهومة من جانب المشاركين في العملية الإعلامية كافة، ويجب أن تكون تلك الأهداف واقعية ممكنة التحقيق تتناسب مع الموارد والإمكانات المتاحة. وهنا تبرز خطورة تعبئة الجمهور خلف شعارات بعيدة المنال ذات أهداف لا يمكن تحقيقها.

وفي الأزمات، غالباً ما يكون هدف الإعلام الموجه إلى الداخل هو توضيح الموقف وتحصين المواطن، وتمتين الجبهة الداخلية، وتفنيد دعاية الخصم، وإعطاء الثقة بالنصر، أما أهداف الإعلام الموجه إلى الخصم، فغالباً ما تكون: زرع بذور الخلاف في جبهة الخصم، والتشكيك في إمكاناته وقناعاته.

٢ . ٤ . ٧ . الإعلام الأمني جمهور

يشكل الجمهور ركناً أساسياً وجوهرياً في العملية الإعلامية، لأن المادة

الإعلامية لا تكتمل إلا بتلقيها من قبل جمهور مستهدف ، إذ أن نجاح إعلام الأزمات لا يتوقف فقط على التخطيط والتنظيم والتنفيذ السليم ، بل يتوقف أيضاً على كيفية استقبال الجمهور لهذا الإعلام .

وفي هذه الأيام التي انتشرت فيها وسائل الإعلام ورسائله من خلال الفضائيات ، وحرية الصحافة وتداولها عبر الحدود ، وشبكات الإنترنت والإذاعة وغيرها من وسائل الاتصال ، أصبح الجمهور أكثر وعياً واطلاعاً على مختلف جوانب صورة الحدث أينما كان ، الأمر الذي يؤكد على أن الوصول إلى هذا الجمهور أصبح صعب المنال ، كما أن عملية إقناعه والتأثير عليه تزداد صعوبة ، وهذا ما يضع على الرسالة الإعلامية ومنتجها مهاماً جديدة ، ويضيف أعباءً فنية ومادية وفكرية على كوادرات الإعلام ، لكي يستطيعوا الاستحواذ على اهتمام جانب عريض من الجمهور المستهدف خاصة في إدارة الأزمات .

٢ . ٥ أبعاد الضوابط الرقابية على الإعلام الأمني في الأزمات

يجب أن يضبط إيقاع الإعلام الأمني مجموعة من الضوابط ذات المضامين الدينية والاجتماعية والسياسية والأمنية وفقاً للأبعاد التالية^(١) :

١- البعد الديني : ويؤكد هذا البعد على الالتزام الكامل بالعقيدة الإسلامية واحترام كل ما له علاقة بالأديان السماوية ، وتمنع قواعد هذا البعد الرقابي منعاً باتاً ، كل ما يتعارض مع الأحكام الشرعية الثابتة أو يتناول على علماء الدين مع منع ظهور ما يسيء إلى الشعائر والطقوس الدينية .

(١) النجعي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ، ١٤١٧ هـ ، ص ١١٥ وما بعدها .

٢- البعد الاجتماعي : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يخرج عن العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السائدة ، ولا تجيز ولا تسمح بإذاعة أو عرض ما من شأنه أن يمس بالآداب العامة للمجتمع ، أو يחדش الحياء سواء بالصوت أو بالصورة .

٣- البعد السياسي : تتمشى هذه الضوابط الرقابية مع الخط السياسي العام للدولة ، فكل هذه القواعد الرقابية تشير صراحة أو ضمناً إلى عدم جواز إذاعة أو عرض ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التي تقوم عليها هذه السياسة .

٤- البعد الأمني : تمنع هذه الضوابط الرقابية كل ما يسيء إلى أمن المجتمع أو يؤدي إلى بث روح الفرقة والبغضاء بين أفراده ، كما تمنع مشاهد الحث على الثأر والانتقام ومشاهد الجريمة ، أو مشاهد كل ما يسيء إلى الحكام أو يقلل من كفاءة القوات المسلحة والأجهزة الأمنية ، أو عرض أية معلومات أو تحريض على انتهاك القوانين أو الهجوم على الأنظمة العامة للدولة .

٢ . ٦ تقنيات الإعلام الأمني في الأزمات

هناك مجموعة من التقنيات التي أثبتت التجارب العملية نجاحها في الميدان ، ويمكن الاسترشاد بها أثناء وقوع الأزمات الأمنية ، مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة الأزمة وشدتها والظروف الداخلية والخارجية المحيطة بها ، والخصم المقابل للأجهزة الأمنية ، وغيرها من الاعتبارات التي تفيد في ترشيد العملية الإعلامية للوصول إلى النتائج المرغوبة بأقل الجهود والتكاليف الممكنة .

ومن هذه التقنيات^(١) :

١- التبسيط والخصم الواحد : وهنا يجب تصنيف مقولات الخصم وآرائه تصنيفاً واضحاً ودقيقاً ، ووضع شعار مبسط يلخص ويعبر عن الهدف الاستراتيجي المراد تحقيقه ، على أن يوظف هذا الشعار في وسائل الإعلام مع التركيز على أن الخصم واحد ، مع أهمية شخصنة الخصم وتقديمه كأصل للمشكلة وللخطر ، وتحميله مسؤولية كل ما يترتب على مجابهته والتصدي له .

٢- التشويق والتهويل : ويعني تضخيم كل ما يتصل بالخصم ، وإبراز سلوكه المعادي للإنسانية ولحقوق الإنسان ، مع طمس كل المعطيات الإيجابية المتصلة بهذا الخصم ، وصياغة الأخبار حوله بصورة مشوقة تجذب المتلقي للرسالة الإعلامية .

٣- الإيهام والتناغم : أي صياغة الخطاب الإعلامي بشكل دعائي ، بالارتكاز على الهدف الاستراتيجي ، انطلاقاً من الشعار المبسط للحملة ، وضرورة التنوع في الصياغة ، والتناغم مع الرسائل الإعلامية المختلفة بحيث تستحوذ على اهتمام شرائح الجمهور المتنوعة .

٤- الإجماع : ويقصد بذلك توظيف الشعار المبسط لخلق إجماع كامل ضد الخصم ، مع توظيف قادة الرأي العام والجماعات الضاغطة للإسهام في دعم هذا الإجماع كعنصر قوة ضد الخصم .

٥- مراعاة شروط نجاح الإعلام الدعائي : بحيث تستخدم أساليب الدعاية بمهارة لتفسير السياسات المتبعة ضد الخصم ، وهنا تبرز أهمية تقديم

(١) خضور ، محمد أديب ، «الأمن الإعلامي والأزمات» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) ، ص ٢٨٩ وما بعدها .

المعطيات المضخمة أو المشوهة تحت غطاء الموضوعية والتجرد . ولا بد من اتباع أسلوب المباغته لمنع الخصم من رد الفعل في الوقت المناسب ، مع ضرورة اعتماد عنصر الاستمرار في الزمان والمكان للدعاية^(١) .

٦- مراعاة مراحل تكوين الخطاب الإعلامي : تمر عملية تكوين الخطاب الإعلامي عبر ثلاث مراحل هي :

- أخذ موقع داخل الفضاء الإعلامي .

- تأسيس خطاب إعلامي خاص يقوم على انتقاء المعلومات ذات الدلالة التي تخدم الهدف الاستراتيجي .

- إعادة إنتاج الخطاب الإعلامي حسب الواقع الجديد وعرضه بصورة مكثفة كمنطلق جديد للحالة الراهنة^(٢) .

٧- تطبيق نظريات التأثير والإقناع في المراحل المختلفة للأزمة ، وعبر مختلف وسائل الإعلام ، وبالنسبة لمختلف شرائح الجمهور المستهدف وخاصة فيما يتعلق بالآتي :

- تكوين الصورة .

- إنشاء المعاني .

- تغيير الاتجاهات وتعديلها .

- التأثير في السلوك .

(١) الدرديري ، صلاح الدين ، «قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف ضد العراق» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

(٢) رمضان ، يوسف ، «نحن والآخر والوساطة» المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

وعلى الإعلامي الذي يساهم في إدارة الأزمة ، أن يعرف كيف يستفيد من النظريات الاتصالية المختلفة التي تقدم له الإطار العام للمفاهيم ، الأمر الذي يساعده على فهم الواقع ، وعلى رفع مستواه في الأداء الاتصالي من أجل الوصول إلى أقصى درجة من المقدرة الاقناعية . لأن العملية الإعلامية يتوقف نجاحها على مقدرتها في الإقناع والتأثير على اتجاهات وسلوكيات الجمهور المستهدف . وهذا هو الهدف النهائي للإعلام الأمني لتغيير وتعديل السلوك عند مختلف أبناء المجتمع^(١) .

٨- التكرار والتجديد في الشكل والمضمون . لأن المتلقي أصبح واعياً إعلامياً ، ومن هنا فإن أهمية التكرار تقل وتراجع إذا كانت جامدة لا تحتوي في كل مرة على رسالة جديدة ، أو شكل جذاب ، أو تأتي من مصدر آخر وبصورة مدعمة بأراء تبدو محايدة ومقنعة .

٩- مراعاة التغطية الإعلامية لمجموعة من الاعتبارات أهمها :

- أن تكون الأخبار منفصلة عن الآراء والأهواء .

- أن يكون عرض الأحداث مباشرة .

- مراعاة الأهمية في عرض الأحداث ؛ الأهم فالأقل أهمية وبالترتيب .

- الإدلاء بالحجج والأدلة والبراهين .

- أن تعكس العناوين والصور أهمية وطبيعة النوع الصحفي المستخدم .

- الإشارة دائماً إلى المصدر مع الإجابة على أسئلة البحث العلمي .

(١)صفو ، زهير توفيق ، « دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات وتغييرها» دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) ، ص ٢٥٠ وما بعدها .

١٠- هناك الكثير من الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند تصميم الرسالة الإعلامية مثل :

أ- متى يعرض جانب واحد من الموضوع ومتى تعرض أكثر من وجهة نظر حول الموضوع .

ب- متى يستخدم التخويف وأية درجة منه هي الأنجع .

ج- كيفية ترتيب الأدلة والبراهين داخل الرسالة الإعلامية .

د- على أي موضوع يكون التركيز أكبر .

هـ- استخدام أنواع الإستمالات العاطفية والذهنية والسلبية والإيجابية والفردية والجماعية في الوقت المناسب .

و- مراعاة المنافسة التي تحدث بين وسائل الإعلام المختلفة أثناء كثافة وسرعة التغطية الإعلامية .

ز- مراقبة ظاهرة تفاوت وتغير أهمية الرسائل الإعلامية وفق تغير مراحل تطور الأزمة .

ح- جدولة البرامج الإعلامية أثناء الأزمة بحيث تكون هناك :

- جدولة مركزة : وتعني تكثيف تقديم الرسالة الإعلامية لفترة زمنية محددة وتكرارها بحيث تحقق أعلى درجة من التأثير المباشر .

- جدولة مستمرة : التركيز على تقديم مضمون معين طوال فترة الحملة الإعلامية ، ولكن بأساليب وطرق مختلفة ومتنوعة .

- جدولة متقطعة : تقديم المضمون في أوقات زمنية منعزلة على امتداد الفترة الزمنية اللازمة ، مع احتمال التوقف لفترة ثم العودة وهكذا .

٢ . ٧ كيفية التعامل مع رجال الإعلام في الأزمات

تعد الأزمة حدثاً إخبارياً رئيسياً يثير اهتمام الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى ، وتجدر رجال الإعلام يهرعون إلى مسرح العمليات بكثرة ، وهم بذلك قد يشكلون عائقاً هاماً أمام المارة ويعطلون عمل رجال الشرطة ، وقد يعيقون انتظام حياة المدنيين . وإزاء هذا الوضع يجب على رجال الشرطة التعامل مع الصحفيين ومندوبي وسائل الإعلام الأخرى بطريقة تسمح لهم بحرية الحركة ، دون قيود على جهودهم ، وفي نفس الوقت ضمان انتظام الحياة العادية للآخرين ، فالصحفيون والمندوبون الآخرون لهم واجبات إعلامية تجاه رؤسائهم وتجاه الرأي العام يرغبون بإنجازها بمهنية عالية^(١) .

إن التعامل من قبل رجال الشرطة مع وسائل الإعلام يجب أن يخلو من الغموض ، كما ينبغي أن يبدأ في وقت مبكر قبل وقوع الأزمات ، بحيث يكون هناك علاقة تعاونية مبنية على الاحترام والتعاون المتبادل بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المحليين في الأوقات العادية ، وقبل حدوث أية أزمات أو كوارث .

يتمثل جوهر العلاقة بين رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام المختلفة في حاجة كل منهما لجمع المعلومات الدقيقة عن الحدث أو الأزمة ، من أجل فهم أسبابها وتداعياتها ونتائجها المحتملة ، ففي الوقت الذي يجتهد فيه رجال الشرطة في البحث والتحري وجمع المعلومات وتحليلها بغية الوصول إلى الجناة أو المسببين لحدوث الأزمة تمهيداً لإلقاء القبض عليهم

(١) شعبان ، حمدي محمد ، «الحماية القانونية لحرية الإعلام» ، دورية الفكر الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ٢٠٠١م) ، ص ص ٢٤٤-٢١٩ .

وتطويق نتائجها ، فإن مندوبي وسائل الإعلام يحاولون بكل ما أوتوا من قوة جمع هذه المعلومات والوصول قبل رجال الشرطة إلى الأسباب والنتائج والتداعيات ، انطلاقاً من حرصهم على السبق الصحفي وتقديم الحقائق لجمهور الرأي العام الذي يخدمونه ، ومن هذه الصورة التنافسية نجد أن رجال الشرطة ومندوبي وسائل الإعلام في مأزق حقيقي .

فرجال الشرطة يحاولون تطويق الأزمة دون أن يعطوهم أحد مثل رجال الصحافة والإعلام ، ويسرعون في المضي في نشاطاتهم حفاظاً على الأمن العام والمصلحة العامة ، وهم بذلك بحاجة إلى تعاون رجال الإعلام بأن يعطونهم فرصة لكي يتمكنوا من إنجاز مهامهم الشرطية ، وبعدها يقدمون لهم الأخبار والمعلومات الكاملة . ولكن رجال الإعلام لا يستطيعون الانتظار كثيراً تحت إلحاح رؤسائهم وطلبات الرأي العام لمعرفة حقيقة ما حدث . وفي هذا التنافس لا يجد الفريقان مناصاً من التعاون والتنسيق لأن كل منهما بحاجة إلى الآخر .

وعلى الرغم من أن دور رجال الإعلام يكون في العادة خصماً لرجال الشرطة إلا أنه يعتمد على المعلومات التي يقدمها المسؤولون عن إدارة الأزمة من الشرطيين ، وفي حالة امتناع أي مسؤول في الشرطة عن تقديم أية معلومات حول الأزمة ، فإن رجل الإعلام سوف يبحث بنفسه عن مصادر أخرى عن المعلومات ، وقد تكون هذه المصادر هي المواطنون أنفسهم أو المشتبه بهم أو جهات ذات أجندات خاصة ، وقد يلجأ إلى التحليلات الشخصية والتصورات الخاصة والمعلومات المغرضة من وسائل الإعلام المعادية ، لأن الفراغ الإعلامي دائماً يملؤه الشيطان ، ومن العيب أن يتجاهل رجال الشرطة أو المسؤولون عن إدارة الأزمة أسئلة رجال الإعلام لأن ذلك من شأنه أن يحولهم إلى معادين يحاولون الاتجاه بمعلوماتهم وآرائهم

الصحفية إلى الوجهة التي لا تخدم أنشطة الشرطة وتربك أعمالها . وعليه فإنه يصبح من الضروري والهام لمسؤولي الشرطة أن يبنوا علاقات حميدة بينهم وبين رجال الإعلام من زمن بعيد لكي يجدونهم إلى جانبهم وقت الأزمات .

إن العلاقة الطيبة بين رجال الشرطة ورجال الإعلام تقوم وتعتمد على الثقة المتبادلة ، وعلى قدرة التنبؤ باحتياجاتهم وفهمها وتلبيتها ، وهذه العلاقة لا يمكن أن تبنى بين عشية وضحاها ، ومن هنا تبرز الحاجة إلى إدارة فعالة للعلاقات العامة في أجهزة الأمن والشرطة ، تكون مهمتها كسب ثقة وصدقة رجال الإعلام من خلال تزويدهم بالمعلومات والتصريحات الخاصة باكتشافات الجرائم ونشاطات الأجهزة الأمنية في ملاحقة المجرمين ، والاستعدادات لمواجهة كل طارئ في حينه حتى تكون مثل هذه المعلومات مادة صحفية ثري عملهم وتطلعهم على سير عمليات الشرطة في حفظ الأمن والنظام العام الذي يهتمهم كإعلاميين يشاركون في بناء أمن واستقرار المجتمع الذي ينتمون إليه وفاء لرسالتهم الإعلامية والإنسانية والاجتماعية في خدمة الرأي العام .

وفي سبيل تحسين العلاقات مع وسائل الإعلام لا بد من اختيار متحدثين رسميين من ذوي الاتجاهات الإيجابية حيال الإعلام والصحافة ، ومن ذوي الثقافات المهنية العالية ولهم اهتمامات بالاتصال مع رجال الإعلام ، ممن يتعاملون معهم بارتياح ولا يهابونهم . ومن الجدير بالذكر أن اختيار المتحدث الصحفي يجب أن يكون في وقت مبكر حتى يستطيع أن يتصل بالإعلاميين ويقيم معهم علاقات ودية ، ويبني معهم جسوراً من التفاهم ، وأن يتعرف على المسؤولين عن محطات التلفزيون والإذاعة والصحف ويعرف آليات عملهم ، عندها يتعرف عليهم كشخص حقيقي

وليس مجرد متصل على طرف الهاتف ، الأمر الذي يشجعهم على التعاون البناء في إخراج الرواية التي يقدمها الناطق الرسمي بشكل متوازن وقريب من الحقيقة والواقع^(١) .

على المتحدث الرسمي أن يتذكر دائماً أن رجال الإعلام يحتاجون إلى معلومات جيدة في وقت وقوعها على أن تكون حقيقية وبأسرع وقت ممكن ، وعلى أي متحدث رسمي أن يكون مستعداً للإدلاء بأحاديث صحفية ومقابلات حية في أي وقت ، حتى وبعد ساعات الدوام الرسمي ، لأن رجال الإعلام سوف يتصلون به وقت علمهم بوقوع الحدث ، ولن ينتظروا كثيراً لأنهم في سباق مع الزمن وفي تنافس مع بعضهم بعضاً ، وكل واحد منهم يحاول أن يخدم مؤسسته الإعلامية بالطريقة المثلى وبالسرعة القصوى ، وعندها سوف يلجأون إلى أي مصدر آخر إذا لم يجدوا المتحدث الرسمي باسم الشرطة في الوقت الذي يريدونه .

ومن المهم أن يعرف المتحدث الرسمي أن الصحفيين ورجال الإعلام متنافسون بطبعهم ، ويخشون من فوز المنافسين عليهم ، ولديهم وظيفة يحاولون أدائها ، وهي أن من واجب كل واحد منهم أن يكون أول من يحصل على الخبر ، وأن يكون أفضل من يكتب عنه ، ولذلك يجب على المتحدث الرسمي أن يعاملهم على أساس المساواة والإنصاف ، وعدم تفضيل أي منهم على الآخر لأن مثل هذه المعاملة تتسبب في إغضاب بقية رجال الإعلام ، وسوف تدفعهم إلى التذمر والشكوى ، وعدم الثقة بهذا المتحدث المحابي من وجهة نظرهم .

(١) الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، المؤلف نفسه ، ١٩٩٩م ، ص ١٩٥ وما بعدها .

وهناك ملاحظة أخرى ، وهي أن المتحدث الرسمي يجب أن يعلم أن رجال الإعلام سوف يبحثون عن الحقيقة من أكثر من مصدر من داخل جهاز الشرطة والأمن ، أو من خارجه ، سعياً للحصول على أخبار لا يقولها المتحدث الرسمي أو لتفنيد أقواله إذا كانت تتسم بعدم المعقولية ، ولذلك فإن على المتحدث الرسمي أن يعتمد الصدق في الرواية وعدم المراوغة في تقديم الأدلة والبراهين ، وعليه أن يدعم أقواله بالصور والوثائق إن أمكن ، والأرقام الإحصائية الحقيقية ، لأن ذلك من شأنه أن يجعل القصة التي يرويها أكثر مصداقية وإقناعاً .

مما تقدم يمكن استخلاص بعض قواعد الإعلام والاتصال في الأزمة وهي :

١- يجب أن تجمع كل المعلومات ذات الصلة وتوزع من نقطة مركزية واحدة وفي الحالات التي تتسم بأهمية قصوى يجب أن يكون الشخص المتحدث هو أعلى الأشخاص رتبة .

٢- يجب على المتحدث الرسمي أن يسهل عملية الإتصال به في أي وقت من ليل أو نهار ، بحيث لا يدع أية فرصة للآخرين لكي ينقلوا الخبر عنه .

٣- على المتحدث الرسمي أن يكون مواظباً على مواعيده ، وأن يتصرف بالنزاهة والصراحة ، لأن ذلك من شأنه أن يمنع انتشار المعلومات غير الصحيحة .

٣- يجب على المتحدث الرسمي أن يبلغ رجال الإعلام بالأخبار السيئة حينما يكون ذلك ممكناً ، خوفاً من أن تتهمه الصحافة إذا عرفت بها من تلقاء نفسها بمحاولة التستر أو التغطية عليها .

٥- على المتحدث الرسمي أن لا يدلي بتصريحات ليست للنشر أو غير منسوبة لشخص معين بالإسم .

توصل الباحث في نهاية بحثه إلى مجموعة من النتائج لعل من أهمها :
١- الإعلام الأمني ليس هدفاً بحد ذاته وإنما هو وسيلة تعليم وإرشاد وتوعية للمواطنين توضح الأدوار المطلوبة منهم لمساعدة رجال الشرطة والأمن لحماية الأمن والنظام العام لمصلحة الجميع .

٢- الإعلام الأمني كفرع متخصص من علم الإعلام من السهل على الكثيرين التحدث فيه وانتقاد أداء العاملين فيه ، ولكنه عمل من الصعب على معظم المتقدين له ان يعملوا فيه ، لأنهم لا يعرفون به ولا يجروون على تحمل تبعاته .

٣- الإعلام الأمني الناجح في النهاية هو إعلام المنتصر ، لأن نجاح المهام دائماً يبرر أخطاء العاملين سواءً في العمليات الميدانية أو في العمليات الإعلامية .

٤- يواجه الإعلام الأمني تحديات معاصرة تتمثل في توفير مستلزمات العمل الناجح من كوادر بشرية ، وأجهزة ومعدات فنية ووسائل اتصالات وآليات للمواصلات ، وحرية في التنقل والحركة ، مع فتح قنوات الاتصال مع غرف العمليات ومصادر المعلومات في الميدان .

٥- تأخذ الرواية الأولى عن الأزمة قصب السبق وتدور جميع الروايات اللاحقة حولها ، لذلك تأخذ الرواية الرسمية أهمية كبرى إذا كانت الأولى في النشر .

٦- يواجه الإعلام الأمني منافسة شديدة من وسائل الإعلام الداخلية

والخارجية والدولية ، وهذا يتطلب من القائمين على هذا النوع من الإعلام أن يكونوا مستعدين وجاهزين دائماً مهنيًا وفنيًا .

٧- لا يستطيع العاملون في الإعلام الأمني أداء مهامهم بنجاح دون معاونة هيئة أركان العمليات في القيادة العامة والقادة الميدانيين ورجال الشرطة والأمن في مسرح العمليات .

٢ - التوصيات :

يوصي الباحث بما يلي :

١- على جميع الأجهزة الأمنية والشرطية دعم جهاز الإعلام الأمني لديها من خلال توفير الآتي :

أ- كوادر بشرية مؤهلة أكاديمياً وفنياً ولديها الرغبة الكاملة في هذا العمل مع توفير نظام للحوافز المادية والمعنوية لهم .

ب- وسائط نقل حديثة وكافية وقادرة على العمل في مختلف الظروف الطبيعية والأمنية المختلفة .

ج- أجهزة ومعدات للتصوير وإرسال الأخبار والمعلومات بالصوت والصورة من مكان الحدث إلى وكالات الأنباء ووسائل الإعلام .

د- فتح قنوات الإتصال مع غرف العمليات والقيادات العاملة في الميدان لتزويد العاملين في الإعلام الأمني بكل المعلومات وآخر المستجدات ، حتى يكونوا قادرين على صياغتها بالصورة الملائمة وتمريضها لوسائل الإعلام المختلفة .

٢- على العاملين بالإعلام الأمني أن يحاولوا تنظيم الإتصال الدائم مع رجال الإعلام ، وبناء الثقة المتبادلة والعلاقة الطيبة معهم قبل حدوث الأزمات وأثناءها لضمان تعاونهم معهم في الأزمات .

٣- على العاملين بالإعلام الأمني أن يكونوا هم أصحاب المبادرة والسبق الصحفي والتحكم في صياغة المعلومات ، لأنهم الأقرب والأسرع في معرفة وقوع الحدث من خلال غرف العمليات والقادة الميدانيين .

٤- يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية التي يقدمها رجال الإعلام الأمني بالمصداقية والشفافية مدعّمة بالأرقام والبراهين ، ولكن بصورة محترفة لا تؤثر سلباً على سير التحقيق ولا تعتدي على حقوق أطراف القضية .

٥- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات أن يحاولوا تنظيم عمل رجال الإعلام بالقرب من موقع الحدث ، مع الحرص على الإتصال بهم بصورة منتظمة وبمواعيد دقيقة ، وتزويدهم بالمعلومات والرد على أسئلتهم واستفساراتهم بكل حيادية وموضوعية ومهنية ، وعدم تركهم في فراغ إعلامي أو في شك وحيرة من أمرهم ، لأن الفراغ سوف يصرار إلى ملئه بالشائعات أو التحليلات الخاصة .

٦- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات تنظيم المؤتمرات الصحفية مع الحكام الإداريين وكبار القادة الميدانيين ، وضبط عملية الإدلاء بالبلاغات الرسمية ، بما يتماشى مع السياسة العامة لمعالجة الأزمة .

٧- على القائمين على الإعلام الأمني في الأزمات اتباع جميع وسائل وتقنيات التأثير والإقناع ، لنقل الصورة الإيجابية عن رجال الشرطة والأمن وتبرير إجراءاتهم في معالجة الأزمة ، مع التركيز على إضعاف صورة الخصم وتعظيم سلبياته أمام الرأي العام ، من أجل النجاح إعلامياً في إدارة الأزمة .

٨- على القائمين على الإعلام الأمني بما لديهم من إمكانية الوصول إلى مكان الحدث بسرعة ، وحرية في تصوير وتوثيق الآثار الناجمة عنه ، أن يزودوا وسائل الإعلام الرسمية والمستقلة بالأشرطة التلفزيونية

والصور الفوتوغرافية التي تدعم وجهة نظر إدارة الأزمة ، لنشرها لديها ، وهذا يحقق فوائد عديدة أهمها ضمان تعاون هذه الوسائل مع الأجهزة الأمنية والشرطية ، مع ضمان عدم نشر أية صور أخرى لا ترغبها هذه الأجهزة .

المراجع

البدائية ، ذياب ، « شرطة المجتمع : نموذج لعمل الشرطة العربي المستقبلي »
دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ،
ديسمبر ١٩٩٧م) .

الجحني ، علي فايز ، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة ، الرياض ،
منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠٠٠م .

_____ ، « نظرة على الإعلام الأمني » مجلة الأمن (الرياض ،
وزارة الداخلية السعودية ، المجلد الأول ، العدد الثامن) .

الحويقل ، معجب بن معدي ، « الرأي العام وكيفية تكوينه » دورية الفكر
الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، يوليو ٢٠٠٠م) .

خضور ، محمد أديب ، الإعلام والأزمات ، الرياض ، منشورات أكاديمية
نايف العربية للعلوم الأمنية ، ١٩٩٩م .

_____ ، « الأمن الإعلامي والأزمات » دورية الفكر الشرطي
(الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر ١٩٩٩م) .

الدرديري ، صلاح الدين ، « قراءة في قواعد الإعلام الدعائي المتحالف
ضد العراق » المجلة التونسية لعلوم الإتصال ، (تونس ، العدد
١٩ ، ١٩٩١م) .

رمضان ، يوسف ، « نحن والآخر والوساطة » المجلة التونسية لعلوم
الإتصال ، (تونس ، العدد ١٩ ، ١٩٩١م) .

شعبان ، حمدي محمد ، « الحماية القانونية لحرية الإعلام » ، دورية الفكر
الشرطي ، (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر
٢٠٠١م) .

الشعلان ، فهد أحمد ، إدارة الأزمات ، الرياض ، ١٩٩٩ م .
صفو ، زهير توفيق ، « دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات وتغييرها »
دورية الفكر الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، أكتوبر
١٩٩٩ م) .

العتار ، محمد علي ، الرأي العام وأثره في علاقة الشرطة بالمجتمع
« دورية الفكر الشرطي » (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ،
مارس ١٩٩٦ م) .

العمرات ، أحمد صالح ، الشرطة المعاصرة وحقوق الإنسان (التجربة
الأردنية) ، عمان ، منشورات البنك الأهلي الأردني ، ١٩٩٨ م .
_____ ، الأمن والتنمية ، عمان ، المؤلف نفسه ، ٢٠٠٢ م .

_____ ، « الآفاق الاستراتيجية للإعلام الأمني » مجلة الأمن
والحياة (الرياض ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، عدد
١٩٩ / ١٤١٩ هـ) .

مصطفى ، أحمد سيد ، « منهج مقترح لإدارة الأزمات » دورية الفكر
الشرطي (الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة ، مارس ١٩٩٦ م) .
لنجعي ، علي بن محمد ، الإعلام . . . مفاهيم ، الرياض ، مطبعة سفير ،
١٤١٧ هـ .

الأساليب النفسية في الإعلام الأمني

د. حسين سالم الشرعة

٣ . الأساليب النفسية في الإعلام الأمني

لقد حمل القرن الماضي تطوراً واضحاً في قضية الإنسان باعتباره المحور الأساسي في جميع المجالات الحياتية والتنموية باعتباره صانع ومبدع التقدم والتطور . ويمكن بلورة هذا التطور في ظاهرتين أساسيتين هما :

التقارب الأممي ، والثورة السكانية . فالتقارب بين شعوب العالم أصبح ظاهرة هذه الحقبة ، فقضية شعب ما لم تعد تخص ذلك الشعب فقط وإنما تمتد لتؤثر بصورة أو بأخرى على بقية شعوب العالم ، وربما تشكل رأياً عاماً يحرك الإنسان أينما كان ، خاصة وأن وسائل الاتصال تقدمت كثيراً لتسهيل عملية التواصل بين الإنسان والإنسان ، ومن هنا لم تعد التحديات والأحداث التي يواجهها شعب خاصة به ، وإنما قد تتفاعل معها وتتأثر بها شعوباً أخرى في هذا الكون ، ومثال ذلك مرض السارز (الالتهاب الرئوي اللانمطي) ، الذي ظهر في شرق آسيا ولكنه أصبح هاجساً عالمياً ، يتفاعل معه الإنسان أينما كان . ومرة أخرى ، فإن هذا الاندماج الأممي والذي ساهم في إيجاده بشكل كبير الإعلام ووسائله المتعددة والمتنوعة ، ووسائط نقلة التي تفوق الحصر ، قد جعل جغرافية الإحساس الإنساني والتأثر الإنساني بلا حدود وأصبحت مقولة العالم (قرية صغيرة) حقيقة موجودة ، وهذا بالتالي يستدعي تفكيراً من المنشغلين بالإعلام خاصة ومع الرأي العام الإنساني عامة يتعلق بكيفية تحقيق رسالة إعلامية عالمية تخاطب الإنسان في كل مكان معتمدة على الإقناع بمحتوى تلك الرسالة شكلاً ومضموناً . إن ظاهرة الثورة السكانية ، تتضح معالمها في الزيادة الهائلة في عدد سكان العالم واستمرارية هذه الزيادة ، وما يترتب عليها من اختلال

في التوازن بين الخدمات المتوفرة والحاجات المطلوبة ، إضافة إلى اختلال في التوزيع الجغرافي للسكان ، فظهرت التجمعات السكنية الكبيرة التي استقطبت الناس من أجل العمل مما أدى إلى نزوح أعداد كبيرة إليها مما ترك آثاراً بيئية واجتماعية ونفسية على المناطق الطاردة أو الجاذبة .

فالبنية الاجتماعية للسكان قد تغيرت ومن أمثلة ذلك انحلال الخلايا الاجتماعية التقليدية ، فالأسرة بمفهومها الروحي والمكاني والزمني والتي كانت تجسد قيماً اجتماعية ودعمًا نفسياً أصبحت ثانوية في دورها ، والحي الذي يقطنه الشخص والذي كان يمثل الولاء والانتماء والشعور بالأمن والألفة أصبح في هذه التجمعات الكبيرة بلا معنى ولا هوية واضحة واختفت التجمعات البشرية التي كانت تحيط بالشخص وتشكل مجتمعاً خاصاً به يسانده ويتعاطف معه ويبادله الهموم ، فأصبح منعزلاً مشتتاً ، تسيطر عليه القيم المادية والخوف من البطالة والقلق من الوحدة مما يجعله يبحث عن وسائل أخرى تعوض هذا الإحساس ، وتجده مندفعاً نحو اليقين الجماهيري العام لعله يجد فيه ما يلبي حاجة الإحساس بالأمن والدفء الاجتماعي (مهنا، ١٩٨٩) ، وقد يقوده هذا البحث إلى الجانب المتطرف في العلاقات الاجتماعية كتكوين جماعات محورها الفساد والجريمة والإدمان أو الانضمام إليها ، أو تكوين جماعات بناء ومشاركة اجتماعية وتعاون مدني يساهم في تطوير المجتمع وتحقيق الحاجات الاجتماعية والشعور بالأمن . وهنا يأتي دور الإعلام بوسائله ووسائطه في إقناع الإنسان القابل أصلاً للتأثر بالمعلومة والمهيأ لاستقبالها على اعتبار أن الإعلام هو مصدر المعلومة ومتنفساً للشخص ومجالاً لمشاركته الاجتماعية ، وهو الذي قد يعبر عن رأيه ووسيلة تواصله مع الآخرين . ولهذا يصبح الإعلام محركاً للإنسان ، وأهم مصادر اقناعه وتشكيل اتجاهاته ، وهذا يستدعي

من الإعلام التفكير المتعمق بالأساليب والوسائل الفعالة من أجل إقناع الناس والتأثير بهم .

٣ . ١ مشكلة الدراسة

لا أحد يستطيع ان ينكر دور الإعلام في الأمن الاجتماعي بمفهومه الشامل ، وفي التأثير على الأنماط التفكيرية والانفعالية لأفراد المجتمع . لقد تعددت وتطورت وسائل الاتصال الجماهيري إلى درجة كانت قبل ثلاثة عقود خارج إطار التصور البشري ، وان استمرت في الاعتماد على الأسس الثلاثة وهي الكتابة والكلمة والصورة (درويش ، ١٩٩٩) .

ومع هذا التطور الكبير في هذه الوسائل إلا أن إيصال مضمون أو محتوى مادة الاتصال يعتمد إلى حد كبير على مجموعة من المؤتمرات ، منها ما هو تقني ومنها ما هو نفسي واجتماعي . وحتى يصل مضمون المادة الإعلامية للمتلقي لتلك المادة ، فانه يجب الاهتمام بطريقة تقديم المادة الإعلامية بحيث تصل إلى نفسية وذهنية المتلقي وحتى يتم ذلك فإنه يجب صياغة هذه المادة ضمن إطار نفسي واجتماعي بحيث يساعد هذا الإطار على إقناع المتلقي بمضمون المادة الإعلامية .

ومن هنا تأتي هذه الدراسة النظرية لتلقي الضوء على ذلك الإطار النفسي والاجتماعي للمادة الإعلامية المتعلقة بالأمن الاجتماعي ، بحيث يسهل استساغتها أو عدم استساغتها من أجل الوصول إلى الاقتناع أو الامتناع المضاد لدى أفراد المجتمع .

٣ . ٢ أهمية الدراسة:

لم يعد مفهوم الأمن وتطبيقه مقتصرًا على الأجهزة الأمنية المتعارف عليها ، بل أصبح مسؤولية اجتماعية تشترك بها كل مؤسسات المجتمع وأفراده ، بما في ذلك المؤسسات الإعلامية بكل أشكالها ، وربما تكون المؤسسات الإعلامية هي الأخطر والأكثر أهمية في نشر الأمن الاجتماعي ، والتصدي للمشكلات أو الظواهر الأمنية في أي مجتمع .

إن الجهد الإعلامي الأمني يأخذ مستويين : المستوى الوقائي ، وهو كل جهد يبذل للمحافظة على أمن المجتمع ، ومنع حدوث اختلال في التوازن الأمني للمجتمع ، والمستوى العلاجي ، والذي يقوم على التصدي للاختلال الأمني عند حدوثه في المجتمع (Glover, 1981) . ويحتاج هذا الجهد في المستويين إلى منطلقات وأساليب نفسية واجتماعية يجب مراعاتها عند صياغة الإعلام الأمني ليقوم بدوره الوقائي والعلاجي . وتعطي هذه الدراسة القائمين على الإعلام الأمني بعض المنطلقات والأساليب النفسية والاجتماعية التي تساعد على إيصال مضمون أو محتوى المادة الإعلامية للمجتمع ، بحيث تكون تلك المادة قادرة على الوصول إلى عقول ووجدان أفراد المجتمع ، مما يؤدي إلى ترسيخ مفهوم الإعلام الأمني وتعزيز دوره في نشر الأمن بمفهومه الواسع لدى أفراد المجتمع .

٣ . ٣ أهداف الدراسة

تحاول هذه الدراسة التعرف على مفهوم الأمن الاجتماعي الشامل وكذلك دور الإعلام في ترسيخ الأمن الاجتماعي ، والمنطلقات والأساليب

النفسية والاجتماعية التي تؤطر المادة الإعلامية الأمنية ، وبالتحديد فإن الدراسة تحاول الإجابة عن الأسئلة التالية :

١ - ما مفهوم الأمن الاجتماعي الشامل؟

٢ - ما علاقة الإعلام بالأمن الاجتماعي؟

٣- ما المنطلقات والأساليب النفسية والاجتماعية التي تؤطر المادة الإعلامية الأمنية لتصل إلى الجماهير بشكل فعال؟

٣ . ٤ مفهوم الأمن الاجتماعي

إن مفهوم الأمن الاجتماعي ، يتضمن الأمن الشخصي ، فأمن المجتمع ضمان لأمن الفرد ، وأمن الفرد امتداد لأمن المجتمع وجزء منه ، وبالتالي إذا كان الأمن الاجتماعي بمفهومه الشامل يسود مجتمعاً ما ، فإنه سينعكس بالضرورة على شعور أفراد ذلك المجتمع بالطمأنينة ، فالأمن الاجتماعي هو مجموع شعور أفراد المجتمع بالطمأنينة والاستقرار (الندوة العلمية الثالثة للمسؤولية الأمنية ، ١٩٨٦) .

ويورد ديفوست (Devost,etal,1998) ، مجموعة من التعريفات لمفهوم الأمن ، فهو يعتبر من جهة الإحساس الاجتماعي بالطمأنينة ، ومن جهة أخرى يعتبر بأنه الإحساس بخطر مادي داخلي أو خارجي يدفع بالمجتمع والدولة إلى التأهب والاستعداد لمواجهة هذا الخطر . ويرى البدينيه (٢٠٠٢) أن مفهوم الأمن الشامل يتمثل في ثقة الفرد بالمجتمع ، وثقة المجتمعات ببعضها البعض ، وتتضح هذه الثقة من خلال المصارحة والمكاشفة ، وكذلك يركز مفهوم الأمن على حماية الإنسان من التهديدات التي ربما يواجهها كالجوع والبطالة والقمع والأخطار الصحية . وأمن أي

مجتمع يؤثر ويتأثر بأمن المجتمعات الأخرى وذلك لانتشار قنوات ووسائل الاتصال بين المجتمعات ، فالمشكلة الأمنية التي تهدد مجتمعاً ما قد تتسع دائرتها لتهدد أمن البشرية كلها ، وما مشكلات الإيدز والتلوث البيئي والبطالة إلا بعض الأمثلة على عوامة الأمن الاجتماعي .

هذا واهتم علماء النفس بالحاجات الأمنية للإنسان ، فقد اعتبرها ماسلو مجموع الحاجات الثابتة بعد الحاجات الفسيولوجية (حاجات البقاء) من حيث الأهمية بالنسبة للإنسان . وترتبط بحاجات الأمن حاجات أخرى تليها مثل حاجات الاعتبار الاجتماعي أو الانتماء الاجتماعي أو المكانة الاجتماعية وحاجات تحقيق الذات ، ولا يمكن للإنسان أن يرتبط بمجتمعه ويشعر بالانتماء إليه ويتواصل معه ما لم يشعر بالأمن والطمأنينة (السيد وعبد الرحمن ، ١٩٩٩) .

ويبدو أن الحاجة للأمن والطمأنينة تتشكل من خلال تفاعل الشخص مع مكونات بيئته والإعلام هو أحد مكونات البيئة ، فإحساس الشخص بالثقة الذاتية والثقة بمجتمعه مرتبط بإشباعه لحاجاته الأساسية ، ومنها الحاجة للأمن . ويلعب الشعور بالأمن دوراً مهماً في حياة الإنسان وانجازاته ، فقد أشار روتر (Rutter , ١٩٩٠) أن شعور الشخص بالثقة والكفاية ناتج عن شعوره بوجود علاقة آمنة مع بيئته . أشار كفاي (١٩٨٩) إلى أن وجود الأمن النفسي لدى الشخص يشعره بالقيمة الذاتية والانتماء لمجتمعه وبيئته ، وكذلك يرتبط بإدراكه الإيجابي للناس ، وصدق التعامل مع الآخرين ، وكذلك يرتبط الشعور بالأمن بالتفاؤل والتسامح .

وأشارت نتائج دراسة روبرتس وبنجستون (Roberts and Bengtson , 1993) إلى أن الأفراد الأكثر شعوراً بالأمن أقل توتراً ، وأقدر على مواجهة

ضغوطات الحياة النفسية، وأوردت سيف (١٩٩٣) في مراجعتها للدراسات التي تناولت علاقة الشعور بالأمن ببعض جوانب التوازن النفسي والصحة النفسية، العديد من النتائج التي تبين أن عدم الشعور بالأمن يرتبط بالانحراف والجنوح، والأفعال القسرية وغيرها من السلوكيات أو المشاعر غير المقبولة، وتوصلت دراسة الشرعة (٢٠٠٠) إلى أن الأفراد الأكثر شعوراً بالأمن لديهم وضوح في شخصياتهم المهنية، واستقرار أفضل في حياتهم، وجدير بالذكر أن عدم الاستقرار المهني قد يؤدي إلى سلوكيات منحرفة.

ومن الجهود الكبيرة التي حاولت ان تحدد نموذجاً نظرياً شاملاً لمفهوم الأمن النفسي والاجتماعي للشخص ما قام به ريف في دراساته المتعددة (Ryff, 1989, Ryff and Keyes, 1995). وهذا النموذج يتكون من العناصر التالية:

١- تقبل الذات: ويتكون من الاتجاهات الإيجابية نحو الذات، والشعور بأهمية الحياة ماضيها وحاضرها.

٢- العلاقة الإيجابية بمكونات البيئة: وتتمثل بالقدرة على التواصل مع جوانب البيئة الاجتماعية، بحيث يتسم هذا التواصل بالثقة والاحترام، والاهتمام بالآخرين.

٣- الاستقلالية: وتتمثل بالقدرة على الاعتماد على الذات، وتنظيم السلوك بحيث يتفق وعقيدة المجتمع وقيمه ومبادئه، وتقبل ذاته والآخرين طبقاً لما هو متعارف عليه في مجتمعة.

٤- السيطرة على البيئة الذاتية: ويتمثل بقدرة الشخص على ضبط المؤثرات الخارجية، كالمؤثرات الإعلامية، واستغلال بيئته بصورة تخدم ذاته ومجتمعة.

٥- الحياة ذات أهداف : وتتمثل بقدرة الشخص على وضع أهداف وسعيه إلى تحقيقها والشعور بمعنى الماضي والحاضر والمستقبل ، وهنا يأتي دور الإعلام كشريك مع مؤثرات أخرى تساهم في توجيه الشخص نحو أهداف ممكنة التحقيق ، وإحساسه بقيمه ماضيه وأهميته حاضره ، وتكوين صورة مشرفة لمستقبله .

وبطبيعة الحال فإن عدم وجود هذه العناصر أو وجودها بالحدود الدنيا يعتبر مؤشراً على عدم شعور الشخص بالأمن النفسي والاجتماعي ، وبالتالي توقع مشاعر وسلوكات منافية للمجتمع وقيمه .

٣ . ٥ علاقة الإعلام بالأمن الاجتماعي

مفهوم الإعلام : لسنا مبالغين اذا قلنا ان الاعلام بمفهومه ومضمونه ووسائله من أكثر القضايا إثارة للجدل . هذا وقد وردت تعريفات متعددة ومتنوعة للإعلام ، حتى أن مصطلح الإعلام بحد ذاته يتم تبادله مع مصطلحات أخرى مثل الاتصال ، ومهما يكن من أمر ، فإن تعريف هذا المصطلح خاضع للتحليل الذاتي والنظرة الذاتية ، فبينما يركز البعض على الصدق والحقيقة في تعريف الإعلام ، يركز البعض الآخر على جوانب أخرى كالمثير والاستجابة ، والإرسال والاستقبال ، وفن الإقناع والتخاطب وغير ذلك . فقد عرف لاسويل (Laswell, 1948) ، العملية الإعلامية بأنها (من ؟ يقول ماذا ؟ ولمن ؟ وكيف ؟ وبأي وسيلة ؟) . وعرفة (English and English, 1958) بأنه عملية إرسال واستقبال معلومات أو رسائل ورموز تتم بشكل تبادلي بين الأشخاص وترى رشتي (١٩٨٦) بان الإعلام أو الاتصال هو عملية تفاعل بين مرسل ومستقبل يتم خلالها نقل معلومات أو

منبهات أو أفكار . ويعرف ذيبان (١٩٨٧) الإعلام بأنه تلك العملية التي يتم خلالها المتابعة للأخبار الحاضرة والواقعية، ونشرها بواسطة الوسائل الإعلامية المختلفة . ويؤكد شرف (١٩٧٩) ان الإعلام هو من الإقناع عن طريق المعلومات الدقيقة والأرقام والحقائق . ويؤكد علماء الاجتماع والنفس بان الإعلام بوسائله المتعددة هو أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس ، وبذلك فانه الوسيلة الأولى التي تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي تعيشها وتواجهها المجتمعات العالمية . وبناء على التعريفات السابقة وغيرها فإن الإعلام :

- ١ - عملية إتصالية يفترض أن تتميز بالدقة والمصداقية .
- ٢ - عملية إتصالية تساهم في توعية الناس وتكوين اتجاهاتهم من خلال عرضها ومعالجتها لقضاياهم والتحديات التي تواجههم .
- ٣ - عملية اتصالية تسعى إلى إقناع المجتمع أو بعض فئاته بمادة أو موضوع معين .

وعند تحليل علاقة الإعلام بالأمن الاجتماعي، فان الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام بجوانب الأمن الاجتماعي، كالجريمة والعدوان والمخدرات والسرقة وغيرها أشارت إلى النتائج التالية (نور الدين، ١٩٩٤؛ عسيري، ٢٠٠٠، حسون، ١٤٠٩؛ درويش، ١٩٩٩):

- ١ - إن وسائل الإعلام عامل وسيطي، تقع بين المجتمع والسلوك، بمعنى أن المجتمع هو الذي يهيء الشخص للجريمة أو للإخلال بالأمن، وتأتي وسائل الإعلام لتستثير هذه التهيئة الموجودة أصلا لدى الشخص والتي اكتسبها من مجتمعه، فالمسؤولية اجتماعية أولا والإعلام وسيط فقط يحرك ما هو موجود أصلا لدى الشخص .

٢- أن وسائل الإعلام تتشارك مع غيرها ولا تعمل بمفردها، فهي تتفاعل مع البيت والمدرسة والمجتمع بكل مؤسساته في ترسيخ الأمن الاجتماعي أو الإخلال به، ولهذا فانه من الإجحاف في حق الإعلام ان تحملة لوحدة مسؤولية الأمن الاجتماعي .

٣- يكون دور الإعلام اخطر عندما توجه مادته الإعلامية نحو فئتين من الناس، الاطفال، ومتدني الثقة بالنفس (المترددین). فوسائل الإعلام قد تؤثر تأثيراً مباشراً في سلوك الأطفال وانفعالاتهم وتوجيههم نحو غرض معين» وسبب ذلك ان تدني مستوى الخبرة لدى الأطفال وعدم الارتقاء تفكيرياً إلى العمليات العقلية العليا كالتحليل والتفسير والربط يجعلهم أكثر عرضة للاقتناع بوسائل الإعلام. أما الأشخاص المترددین ومتدني الثقة بأنفسهم، فانهم أميل الى الاقتناع والتصديق بما يطرح عليهم من مواد ومواضيع، ولديهم قابلية عالية لاستدماج ما يعرض عليهم من مضامين إعلامية .

٤- للإعلام تأثير مباشر وقوي على الأمن الاجتماعي عندما تكون الظروف البيئية والاجتماعية مهيأة لذلك وخاصة عندما يمر المجتمع بأزمة حادة، أو يشعر افراده بالتهديد اصلاً، ولهذا فإن دور الإعلام حسب وجهة النظر هذه في الأمن الاجتماعي مرتبط بالحالة التي يمر بها المجتمع .

ومع ذلك فان الشواهد العلمية والاستنتاجات البحثية بشكل عام تشير إلى أن للإعلام آثاراً سلبية على الأمن الاجتماعي لأي مجتمع، وتكون هذه الآثار أكثر خطورة عندما تؤطر المادة الإعلامية بإطار يخلو من الإثارة كالتسلية أو الترفيه، فالمادة الإعلامية لا تكون موجهة بشكل مباشر للتعامل مع الجانب الإدراكي والمعرفي للإنسان تماماً كالحملات الانتخابية أو الرسائل

الإعلامية المباشرة كالحوارات والمجادلات الفكرية (درويش، ١٩٩٩) .
ومن ابرز جوانب التأثير السلبي :

٣ . ٥ . ١ العنف والجريمة

لا نستطيع ان ننكر ان العنف يشغل حيزاً كبيراً من معظم المواد الإعلامية وخاصة المسلسلات وأفلام الكرتون . ومع ان هذا العنف التلفزيوني لوحدة ليس كافياً لتحريك سلوك الجريمة لدى أفراد المجتمع ، إلا أنه مع عوامل أخرى كالقيم الاجتماعية قد يحرك هذا السلوك ، ويصبح دور الإعلام واضحاً في الجريمة والعنف إذا عرفنا ان معظم سلوك الأطفال مكتسب بالتقليد ، ويتأثر بشكل مباشر بالإثارة والتحريض (رضوان، ٢٠٠٢) .
فالأطفال مولعون بالتقليد ومعظم سلوكياتهم متعلمة من خلال هذه الوسيلة الهامة من وسائل التعلم ، ويصبح التقليد قوياً وفعالاً إذا كان مصحوباً بنوع من الاثارة ، فعندما يشاهد الطفل سلوكاً إجرامياً معيناً وبحكم خبرته البسيطة ، فإنه يصبح مهياً لتقليد هذا السلوك ، وإذا كان هذا السلوك مثيراً أو طريفاً فإن الطفل يتحمس ويندفع بقوة لتقليد ذلك السلوك .

والسؤال هنا متى تكون مشاهدة العنف والجريمة إيجابية؟

تكمّن الإجابة هنا في النظرية النفسية والمسماة بنظرية التطهير أو التفرغ الانفعالي ، والتي تركز على أن مشاهدة العنف والجريمة يمكن أن يمتص التوتر والإحباط الذي يمكن أن يعيشه الإنسان في يومه (George and cristiani, 1996) ، وربما تكون هذه النظرية مستساغة عند الأطفال أكثر مما هي مستساغة عند الكبار . ويمكن أن يتم التطهير الانفعالي لدى الأفراد من خلال وسائل الإعلام بطريقتين :

١- تلمص شخصية بطل الفلم كنوع من التعويض عن شعور بالنقص ، وهذا التعويض يجعل الشخص وخاصة الطفل يحس بالأهمية والقيمة تماماً كما هي أهمية وقيمة بطل الفلم .

٢- التلمع بالمشاهدة ، حيث إن المادة الإعلامية التي تتضمن الجريمة والتي تتعامل معها بصورة سلبية ، تعطي المشاهدة انطباعاً غير مقبول عن الجريمة ومن يقوم بها ، وكذلك تضع نهاية صعبة ومؤلمة للسلوك الإجرامي ومن يقوم به ، هذه المادة تعلم المشاهد أن السلوك الإجرامي مرفوض وأن من يقوم به أيضاً نادراً ما يفلت بسلوكه وأن نهايته صعبة وقاسية .

والسؤال هنا متى تكون مشاهدة العنف والجريمة سلبية؟

يرى بعض علماء النفس والاجتماع أن العدوانية ميل فطري حتى أن البعض اعتبره غريزة تولد مع الإنسان ، وتبقى هذه الغريزة كأمانة داخل البنية النفسية للإنسان حتى تجد ما يستثيرها ويحركها ، ومشاهد العنف في وسائل الإعلام قد تحرك وتستثير هذه النزعة فتحولها من استعداد كامن إلى سلوك ممارس . هذا وأشار نتائج بعض الدراسات أن الأشخاص ذوي الاستعداد العدواني العالي ، يميلون إلى مشاهدة المادة الإعلامية العنيفة ، وإن مشاهدة تلك المادة تشجعهم على ممارسة السلوك العدواني والتعبير عن هذا الاستعداد سلوكياً . وربما يعتمد ذلك على ما يلي :

١- الصورة التي يقدم من خلالها السلوك العدواني أو الإجرامي في المادة الإعلامية ، فإذا كانت هذه الصورة مشوقة وطريفة وقريبة من النفس في مادتها ، وكذلك مشوقة وطريفة من حيث كيفية التقديم ، ومميزات شخصية من يقوم بالسلوك الإجرامي أو العدواني ، فإنه من المتوقع أن يقوم الأفراد وخاصة الأطفال بتقليد تلك السلوكات .

٢- الظروف البيئية السائدة ، فإذا كانت الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية غير متوازنة وغير مستقرة ، فقد تشكل خلفية دافعة لبعض الأفراد للتأثر بوسائل وطرق الإجرام ، وتصبح المادة الإعلامية التي تتناول الجريمة مصدراً يتعلم من خلاله بعض الأفراد سلوكيات الإجرام وأساليبها .

٣- مدى ارتباط المادة الإعلامية التي تتضمن العنف والإجرام بحاجات واهتمامات الطفل أو الشخص ، فكلما كان هذا الارتباط قوياً كلما توقعنا أن يكون تأثير تلك المادة الإعلامية على شخصية الطفل سلبياً .

وهناك بعض الحقائق النفسية التي ربما تدعم هذا الرأي الذي يقول إن المادة الإعلامية التي تتضمن العنف والجريمة ربما يكون تأثيرها سلبياً على نفسية وشخصية الأفراد وخاصة الاطفال ، ومن هذه الحقائق ما يلي :

(George and cristiani,1986)

١- أن الأطفال والمراهقين مولعين بالتقليد والتقمص ، وهذين الميكنزمين النفسيين هما في الأصل من ميكنزمات تطور الشخصية عند الأطفال ، والتقليد والتقمص لا يقتصران على الإيجابيات وإنما يتضمن السلبيات أيضاً ، وتكون شخصية الطفل لا تزال في بداية تشكيلها ونموها وتطورها ، ولكون قدرات الطفل التحليلية والعمليات العقلية لديه متدنية ، فإنه قد يتأثر بسهولة في مشاهد العنف فيقلدها ويتقمصها ، حيث أشارت نتائج بعض الدراسات إلى أن الأطفال الذين تعرضوا لمشاهد عنف بشكل مكثف كانوا أميل إلى العدوانية من الأطفال الذين لم يتعرضوا إلى تلك المشاهد .

٢- إن تكرار مشاهد العنف والجريمة تجعل الأفراد وخاصة الأطفال معتادين عليها وربما يصل تأثير تكرارها إلى حد تبدل المشاعر المؤلمة والمنفرة المرتبطة

مادة مشاهد العنف ، بحيث تصبح تلك المشاهد غير قادرة على إثارة المشاعر المنفرة وغير المحببة لدى الأفراد عند مشاهدتهم للمواقف أو المواد التي تتضمن مشاهد العنف والجريمة بشكل متكرر .

٣- ان المنظومة القيمية والتي يحكم من خلالها الطفل على المواقف المختلفة ومنها مواقف العنف والإجرام التي يشاهدها لا تزال غير فعالة ولم تكتمل بعد ، بحيث يستخدمها للحكم على ما يشاهد من مواد إعلامية تتضمن الجريمة والعنف ولهذا يكون الطفل وبحكم هذه المنظومة القيمية غير المكتملة لديه غير قادر على إصدار حكم دقيق حولها ، وهذا بالتالي يسهل عليه وصول مضمون المادة الإعلامية إلى عقلية ووجدان الطفل .

٣ . ٥ . ٢ . الابتعاد بالمشاهد عن الواقع والحقيقة

قد تبعد المادة الإعلامية المشاهد أو المستمع أو القارئ عن حقيقة ما يدور حوله ، بمعنى أنه قد يهرب من واقعه إلى الخيال الإعلامي المتمثل في العديد من المواد الإعلامية المقدمة للمشاهد أو المستمع أو القارئ . ويصبح هذا التأثير السلبي للإعلام واضحاً وسهل الفهم إذا عرفنا حقيقة نفسية تقول بان الهروب من الواقع أو المشكلة أسهل على الإنسان مواجهة الواقع أو المشكلة . (Ivey and Downing, 1980)

٣ . ٥ . ٣ . استهلاك الوقت واستنزاف الطاقة

يقضي الإنسان ساعات طويلة أمام التلفزيون وخاصة مع هذا العدد الهائل من الفضائيات وتنوع مضامينها الإعلامية ، مما يؤدي إلى هدر الوقت ، واستهلاك طاقة الإنسان بالمشاهدة ، وكان بالإمكان استغلال هذه الطاقة في مجالات حياتية أكثر نفعاً للشخص ومجتمعه .

٣ . ٦ مميزات الإعلام الأمني الناجح

حتى يكون الإعلام الأمني ناجحاً ويؤدي دوره بشكل فعال فإنه يجب ان يمتاز ببعض الخصائص والمميزات منها . (حاتم ، ١٩٨٩) .

١- سرعة المبادرة : تعتبر هذه الخاصية من أهم خصائص الإعلام في العصر الحالي ، حتى أن وسائل الإعلام تتنافس فيما بينها بما يسمى بالسبق الصحفي ، ويبدو ان هذه الخاصية ترتبط بسيكولوجية الإدراك وسيكولوجية النقل لدى الإنسان ، فالشخص يتأثر بشكل قوي عند مشاهدة الموقف أو الحدث لأول وهلة ، وكذلك يميل إلى ترديد مصدر الخبر أو الموقف ومتابعته من نفس المصدر .

٢- التركيز على الحاضر أكثر من الماضي : إن الأحداث الآنية أو الحاضرة تهم الإنسان وتؤثر به أكثر من الأحداث الماضية . صحيح إننا لا نهمل الماضي ولكننا نعيش الحاضر ونتعامل مع اللحظة الآنية أكثر مما نعيش الماضي .

٣- الموضوعية والواقعية : من الضروري أن يلتزم الإعلام الأمني بالموضوعية والواقعية ، وان تتجرد المادة الإعلامية من الذاتية ، والانفعال الشخصي . فالمادة الإعلامية ليست تعليقاً شخصياً وإنما هي حقيقة واقعية ، ولهذا يجب أن يميز الإعلام الأمني بين واقعية المادة الإعلامية والتعليق الذاتي حول تلك المادة . فمن حق الناس إن تعلم الحقيقة بشكل واقعي ، أيضاً أن تستطيع التمييز بين حقيقة المادة أو الموضوع والتعليق الذاتي عليه .

٤- العمومية : الإعلام الأمني الناجح هو الذي يخاطب جميع الناس بكافة مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، وكذلك بكافة معتقداتهم

ومبادئهم . وكذلك تعني العمومية أن تكون المادة الإعلامية شاملة لموضوعها ، وتغطي التساؤلات التي قد تتبادر إلى ذهن كافة الناس .

٥- السهولة والبساطة : حتى تصل المادة الإعلامية الأمنية لجميع الناس يجب أن تمتاز بسهولة وبساطة لغتها وصياغتها ، والسهولة والبساطة تجنب سوء الفهم للمادة الإعلامية ، وكذلك تجنب القارئ أو السامع التحريف والتشويه . وهذه الخاصية لا تلغي أبداً جمالية التعبير ، واستخدام التعبيرات الطريفة شريطة ألا تعيق البساطة ، وتخل في وضوح التعبير عن المادة الإعلامية .

٣ . ٧ . العوامل المؤثرة في قدرة الإعلام الأمني على الإقناع

تعتمد قوة تأثير المادة الإعلامية الأمنية على عدة عوامل ، منها ما يتعلق بالوسائط الإعلامية ، ومنها ما يتعلق بالمادة الإعلامية نفسها ، ومنها ما يتعلق بمن يقوم بإرسال المادة الإعلامية ، ومنها ما يتعلق بالظروف الاجتماعية والفئة المستهدفة بالمادة الإعلامية ، وجدير بالذكر ان هذه العوامل متشابكة ومتفاعلة وكل منها يؤثر ويتأثر بالآخر .

٣ . ٧ . ١ . تنوع وتعدد الوسائط الإعلامية

شهد العقدان الأخيران ثورة كبيرة في الكمية والكيفية للوسائط التي تنقل المعلومات فبالإضافة إلى الوسائط التقليدية من صحافة ومذياع وتلفزيون وجاء الإنترنت والبريد الإلكتروني ، كذلك تطورت فنيات معالجة المعلومات حتى أصبحت هذه الفنيات من أهم المؤثرات التي تقنع الجمهور المستهدف بمضمون المادة الإعلامية . والتلفزيون لا يزال سيد الموقف في قدرته على الإقناع من بين وسائط نقل المادة الإعلامية ، وذلك لكونه يعتمد

على الربط بين أكثر من حاسة عند المشاهد، فهو يربط بين السمع والبصر، إضافة إلى الحركة المتمثلة بالصورة الحية المصاحبة للمادة الإعلامية، ويمكن القول إن تلك العبارة التي أطلقها أحد علماء النفس الأمريكيين قبل ما يقارب من ثلاثة عقود والتي تنص على أنه إذا كان السجن هو كلية لدراسة الإجرام، فإن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف (الابياري ١٩٨٥)، هذه العبارة لا زالت تحتمل الصدق مع تقدم الوسائط الإعلامية. فالتلفزيون يربط بين الكلمة المنطوقة ولغة الجسد المتمثلة بالمشاهد الحية وهذه الإمكانية الأساسية في الإقناع نادراً ما توفرها وسيلة أخرى، ومع إن الإنترنت يعتبر من أسرع الوسائط الإعلامية إلا أن قدرته الإقناعية لا زالت أقل من قدرة التلفزيون، خاصة وأن الإنترنت غير منتشر كما هو الحال بالنسبة للتلفزيون، أما الإذاعة وأن تراجع دورها أمام التلفزيون والصحافة بشكل عام إلا أنها لا تزال تتمتع بقدرات إقناعية عالية، وخاصة عندما تكون المادة الإعلامية لا يمكن اقترانها بالشواهد الحسية، وهناك حاجة ماسة لسرعة نقلها، كذلك فإن الإذاعة تثير تفكير المستمع وتخيله، وتكلفة المذياع أقل مقارنة بالتلفزيون والإنترنت. (الصرايرة، ١٩٩١) (Drew and weaver, 1990).

أما الصحافة فلا زالت تحتفظ بمكانتها في توجيه الرأي العام، وذلك بفضل التقدم الكبير لفن الصحافة وسيكولوجيتها، وكذلك بفضل تقدم الوسائل التكنولوجية من معدات واتصالات. وللصحافة مميزات قد لا تتوفر في غيرها من وسائل الاعلام، فالصحافة تتمتع بمرونة أكبر من التلفزيون والإذاعة عند التعامل مع الجانب المعلوماتي (Iasorsa, 1991)، فهي تتمتع بقدرة كبيرة على توصيل كم هائل من المعلومات والآراء والتحليلات المتعلقة بمادة إعلامية معينة، كذلك فإن الصحافة أوسع انتشاراً في أماكن العمل

مقارنة بالتلفزيون أو الراديو ، إضافة إلى أن الصحافة تتيح المجال لعدد أكبر من آراء وتحليلات النخبة أو الصفوة من المثقفين مقارنة بالتلفزيون أو الإذاعة أو حتى الإنترنت .

و خلاصة القول ، فإن تكرار عرض المادة الإعلامية الأمنية بأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام يساهم بشكل أفضل في إقناع الجمهور المستهدف بتلك المادة ، وكذلك يضمن وصولها إلى معظم الناس ، ومع ذلك ، فإذا كانت المادة الإعلامية سهلة الإثبات وتتضمن شواهد مادية ، فإن استخدام التلفزيون كوسيلة إعلامية ربما يكون الأفضل لإقناع الفئة المستهدفة بضمونها . أما إذا كانت المادة الإعلامية غير مقترنة بالشواهد المادية ، فإن الإذاعة والإنترنت هي الأفضل ، أما إذا كانت تحتاج إلى تحليل ومشاركة أكبر عدد من الصفوة لإبداء الآراء والتحليلات والملاحظات والمناقشات فإن الصحافة والإنترنت هما الأفضل (الشرعة وكشاكش ، ١٩٩٣) .

٣ . ٧ . ٢ المادة الإعلامية

والمقصود بها ما تتضمنه الرسالة الإعلامية من حقائق ومعلومات وقيم وعادات اجتماعية وجوانب تثقيفية مختلفة . وحتى تكون المادة الإعلامية قادرة على الإقناع فإنه يجب أن تتوفر فيها الشروط والمتطلبات التالية (Macdonald, 1990) .

١ - تحديد الأهداف التي تسعى المادة الإعلامية لتحقيقها ، وتتوقف صياغة هذه الأهداف على ماذا يريد مرسل المادة الإعلامية ؟ وما طبيعة الجهة المستهدفة بتلك المادة ؟ .

٢ - أن تكون المادة الإعلامية سهلة الفهم والاستيعاب ومرتبطة بالمنظومة

- الاجتماعية المتمثلة بالعتقفة والقلم والعادات للفتة المستهفة .
- ٣- أن تكون قاءرة على جلب الانتباه وتدفء الأشخاص لمتابعتها .
- ٤- أن تكون قابلة للتصديق ، فقد أشار كل من ماطر ورشا (١٩٩٧) إلى إن المادة الإعلامية غير الصالحة لا يتقبلها عقل الفتة المستهفة وبالتالي تفقد قدرتها على الإقناع .
- ٥- أن تتصل المادة الإعلامية بمصالح وطموحات الفتة المستهفة ، وأن تشعر المادة الإعلامية تلك الفتة بأنها بحاجة إلى مضمونها . ومن هنا يأتي التأكيد على ضرورة أن تنبثق المادة الإعلامية من حاجات ومتطلبات الفتة المستهفة ، وليست مفروضة عليها .
- ٦- أن تقدم المادة الإعلامية إلى الفتة المستهفة بطريقة تخلو من الأمر والإجبار ، وإنما تركز على الحاجة والضرورة ، وكما يقول بدر (١٩٩٧) ، فإن غالباً ما يرفض الشئ المفروض من عل . ومن البديهي أن النفس البشرية لا تتحمس لما هو خارج عن إطار رغبتها ومصحتها .
- ٧- أن تقدم المادة الإعلامية بصورة منسقة و مترابطة مع بعضها البعض ، وخالية من التناقض فالوعي البشري لا يقبل التناقضات .
- ٨- أن يكون مضمون المادة الإعلامية قابلاً للتنفيذ وتتوفر فيه عناصر تحويله إلى سلوك لدى الفتة المستهفة ، على اعتبار أن ليس كل الناس قادرين على تحويل الأفكار والآراء إلى خطط وأساليب ووسائل وأنشطة إجرائية سلوكية .
- ٩- أن يكون مصاغاً بلغة سليمة ومفهومة وواضحة لدى جميع المستويات التعليمية والثقافية للفتة المستهفة . وكلما كانت المادة

الإعلامية واضحة بلغتها سهولة بمعانيها كلما كانت احتمالية فعاليتها في الإقناع أفضل .

٣, ٧ . ٣ مقدم المادة الإعلامية

لا شك أن المادية الإعلامية تتأثر بمن يقدمها . فقدرته وكفاءة وأسلوبية من يقدم المادة الإعلامية عناصر أساسية في فعالية وإقناع المستهدفين بها . ولخص بدر (١٩٩٧) من خلال مراجعته لأدبيات الإعلام بعض الخصائص والصفات التي يجب أن تتوفر في مقدم المادة الإعلامية ومنها :

١- أن يكون مقدم المادة الإعلامية مدركاً تماماً للأهداف المحددة والمرسومة لتلك المادة، وأن يراعي تلك الأهداف في كل جزئية من جزئيات المادة الإعلامية المقدمة .

٢- سعة الاطلاع وعمق المعرفة في مضمون المادة الإعلامية ، فهذه المعرفة تساعده كثيراً على محاوره محتويات المادة الإعلامية، وكذلك التعامل مع تساؤلات وتحليلات الفئة المستهدفة .

٣- الدافعية والحماس لمضمون المادة الإعلامية، والإيمان بما يقول ويفعل فيما يتعلق بمضمون المادة الإعلامية .

٤- السمعة السلوكية والأخلاقية والمهنية المقبولة . حيث إن من طبيعة الذات البشرية إدراك الأشياء بكلياتها وليس بجزئياتها، ولهذا فإن المادة الإعلامية ستتأثر قدرتها على إقناع المستهدفين بشخصية من يقدمها (مهنا، ١٩٨٩) .

٥- لديه قدرة على التنويع في أسلوب التعامل مع المادة الإعلامية ومحاورتها وهذا بالتالي يسهل على الفئة المستهدفة إدراكها والاقتران بها .

٣ . ٧ . ٤ الفئة المستهدفة والظروف المحيطة

إن هدف المادة الإعلامية في النهاية هو الفئة المستهدفة من حيث تغيير إدراكها واتجاهاتها وبالتالي الاقتناع بمضمون تلك المادة . لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نفصل بين الفئة المستهدفة والظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تحيط بتلك الفئة ، فهي متأثرة بشكل مباشر بتلك الظروف وبالتالي فإن اقتناع تلك الفئة لا يتوقف على عوامل تعدد وتنوع الوسائط الإعلامية ولا بمضمون المادة الإعلامية ومن يقدمها فقط ، وإنما مرتبطة بالفئة المستهدفة وظروفها . هذا وقد أشار درويش (١٩٩٩) إلى عدد من الأنشطة الشعورية أو المدركة أو الواعية لدى الفئة المستهدفة والتي تتأثر بالمادة الإعلامية ، ومنها :

١- الأنشطة المعرفية ، فالمادة الإعلامية الأمنية تجعل الناس يتعرفون على جوانبها وأخطارها وأبعادها والتوقعات المتعلقة بها ، فالمادة الإعلامية تكسب الفئة المعرفة بمستوياتها المختلفة ابتداء من مجرد الوعي بالمادة الإعلامية ووصولاً إلى أعقد العمليات المعرفية . وقد تكون هذه المعلومة صحيحة أو مضللة وغير دقيقة .

٢- الفهم : وهو إدراك المعنى الحقيقي للمادة الإعلامية ومغزاها ، ومع أن الفهم بالدرجة الأولى متعلق بالمتلقي إلا أن مضمون المادة وطريقة تقديمها تساهم أيضاً بفهم المتلقي لها . وللفهم أهمية كبيرة في اقتناع المتلقي بالمادة الإعلامية ، وفي بعض الأحيان الاقتناع بعكسها أو نقيضها .

٣- الإثارة الانفعالية أو العاطفية : تؤثر المادة الإعلامية على الجوانب الانفعالية والعاطفية للمتلقي ، وإن كان هذا التأثير الانفعالي مرتبط

بالمعرفة وبالإدراك . كذلك فإن الحالة الانفعالية التي يكون عليها الشخص تؤثر على إدراكه للمادة الإعلامية .

٤ - الاندماج أو التمثل : ويعني دخول مضمون المادة الإعلامية إلى نفسية وسيكولوجية المتلقي . بحيث يحدث نوعاً من العلاقة النفسية بين مضمون المادة الإعلامية أو مقدمها أو أحد شخصياتها والمتلقي لها . ومن هنا تأتي خطورة الإعلام الأمني فهو من هذا المنطلق الإدراكي قد يدخل إلى الحيز النفسي للمتلقي ، وبالتالي يساهم في تشكيل إدراكه ومن ثم اقتناعه وتحويل ذلك إلى سلوك إجرائي .

٥ - النسق القيمي : تساهم وسائل الإعلام بتشكيل البنية القيمية والأخلاقية لدى الأفراد وخاصة الأطفال منهم ، فقد أورد دوريش (١٩٩٩) . العديد من الدراسات التي تؤكد نتائجها أن للإعلام ومنه الإعلام الأمني تدخل في تكوين المنظومة القيمية للأفراد سواء قيم شخصية ذاتية أو اجتماعية ، وكذلك في تكوين وتشكيل الأخلاقيات الذاتية لدى الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين .

ومن هنا فإن الإعلام بشكل عام ومنه الإعلام الأمني وحتى يحقق أهدافه وأغراضه ، فإنه يجب مراعاة الجوانب التالية لدى الفئة المستهدفة والظروف المحيطة :

١ - حالة المزاج العام للفئة المستهدفة عند تقديم المادة الإعلامية ، هذه الحالة ستؤثر على الاستقبال الانفعالي للمادة الإعلامية وبالتالي الاستجابة السلوكية لمضمون تلك المادة . وربما هذا يفسر اختلاف الأفراد من وقت لآخر في استقبال نفس المادة الإعلامية .

٢- الانسجام والتجانس بين الاحتياجات والمتطلبات الذاتية للمتلقي ومضمون المادة الإعلامية ، فكلما شعر المتلقي بهذا التجانس كلما كان أكثر اقتناعاً بتلك المادة .

٣- أن يشعر المتلقي باحترام المادة الإعلامية لمشاعره ، بحيث لا تستخف بتلك المشاعر .

٣ . ٨ . ماذا يحدث من عمليات نفسية عند حدوث الإقناع

قد يتساءل البعض ، لماذا لم تنجح تلك الحملة الإعلامية الأمنية في تحقيق أهدافها؟ مع أنها قد أخذت بجميع العناصر الضرورية لإنجاحها ، وحشدت كل العوامل الخارجية التي تؤثر في وصولها للفتة المستهدفة . والإجابة ربما تكمن فيما يحدث من عمليات نفسية داخلية لدى المتلقي ، أما أهم هذه العمليات فهي :

٣ . ٨ . ١ تعديل البنى الإدراكية

يرى بعض علماء النفس أن حدوث الإقناع مرتبط بتعديل أو تغيير إدراك المتلقي للمؤثرات الخارجية . وأن سلوك الشخص مرهون بانطباعاته الذاتية حول مؤثر ما ، وبالتالي فإن تعديل أو تغيير الإدراك هو مدخل تعديل أو تغيير السلوك ، وعملية التعديل في الإدراك تخضع لعدد من المبادئ (مهنا ، ١٩٨٩ ، بن وأخرون ١٩٩٢) .

١- وصول مضمون المادة الإعلامية الأمنية إلى المكونات الحسية للمتلقي ، وهذا المبدأ وإن كان جزئياً يعتمد على الوسيلة الإعلامية التي تحمل المادة الإعلامية ، فإنه يعتمد أكثر على الحالة الذاتية للمتلقي ، واستعداده للتفاعل مع تلك المادة ، ولهذا فإن اختيار

الوقت المناسب والحالة المناسبة لإحداث التغيير أو التعديل في البنى الإدراكية لدى المتلقي يصبح عاملاً حاسماً في ذلك .

٢- شعور المتلقي بالحماية سواء ذاتية أو خارجية عند حدوث التغيير أو التعديل في البنى المعرفية، بمعنى آخر أن تكون عملية التعديل أو التغيير في الإدراك خالية من الشعور بالتهديد سواء كان ذلك التهديد من داخل الشخص أو من الخارج .

٣- اندماج المادة الإعلامية الأمنية بالبنية الإدراكية للشخص، وهذا الاندماج يعتمد بشكل مباشر على قدرة تلك المادة الإعلامية بالتشكيك في البنى المعرفية السابقة، وبيان عدم دقتها وصدقها، وأن البنى المعرفية الجديدة ذات معنى متكامل ومنسق، وهذا التكامل والاتساق أقوى من التكامل والاتساق في البنى المعرفية أو الإدراكية الموجودة لدى المتلقي أصلاً .

٣ . ٨ . ٢ أيجاد بنى تفسيرية مختلفة

من الناحية النفسية تدخل المادة الإعلامية البنية الإدراكية للشخص عندما تجد تفسيراً أو تعليلاً نفسياً مقبولاً لديه . وعادة تكون الضرورات الشخصية أو الاجتماعية المعلن والمفسر الأساسي لأية مادة إعلامية تدخل البنية الإدراكية للمتلقي، ومن هذه الضرورات، الأهداف الذاتية، والأنشطة المرتبطة بها، أو الانتماء إلى وحدة اجتماعية معينة أو استدماج مفاهيم اجتماعية محددة، فعلى سبيل المثال، اقتناع المتلقي بضرورة محاربة السرقة أو المخدرات مرتبط بماذا يحقق هذا النشاط من ضرورات شخصية لديه . كذلك فإن مجرد تحقيق هدف أو ضرورة شخصية قد يعزز التمسك بتلك التفسيرات أو التعليلات التي ترافق عملية تعديل الإدراك .

٣ . ٨ . ٣ إيجاد بنى سلوكية أو استجابية

إن النتيجة الطبيعية لإيجاد بنى إدراكية جديدة ووجود تفسيرات تدعم وتعزز تلك الإدراكات هو ظهور سلوكات تتلائم مع تلك الإدراكات، وهذه هي الحصيلة النهائية لأي جهد إقناعي . وبديهي أن يقال إنه كلما دخلت المادة الإعلامية حيز الإدراك لدى الشخص، وكلما وجد تفسيرات وتعليقات لتلك المادة والأنشطة المرتبطة بها كلما، كان ذلك خلفية قوية تصدر عنها سلوكات ثابتة وغير مهزوزة .

إن هذه العمليات الثلاث متسلسلة ومتراكمة، وحدوث التعديل في الإدراك يسهل ويعزز الوصول إلى تفسيرات وتعليقات لدى المتلقي، والإدراك والتفسير يترتب عليه سلوكاً معيناً يرتبط بهما وينطلق منهما . قد يحدث في بعض الأحيان أن تتعدل البنى الإدراكية لدى الشخص، وتوجد التعليقات والتفسيرات لتلك البنى، لكن السلوك المترتب عليهما لا زال غير واضح أو غير موجود، وربما تكون هذه الحالة ناتجة عن عدم معرفة المتلقي بالأنشطة الإجرائية التي يمكن من خلالها التعبير عن تلك البنى الإدراكية . وهنا تأتي مسؤولية الإعلام الأمني .

٣ . ٩ الأساليب النفسية للإعلام الأمني

يعتمد الإعلام بشكل عام ومنه الإعلام الأمني على العديد من الأساليب النفسية الأساسية والضرورية لوصول مضمون المادة الإعلامية للفتة المستهدفة أو للمتلقي، وتعد هذه الأساليب النفسية أهم عناصر نجاح العملية الإعلامية . وسيتم التعرض لهذه الأساليب النفسية بغض النظر عن مشروعيتها وكونها مقبولة أو غير مقبولة أخلاقياً . وجدير بالذكر أن هذه

الأساليب مستخدمة من قبل وسائل الإعلام ومنها الإعلام الأمني ، وما استخلاصها إلا من خلال الأبعاد السيكلوجية للمواد الإعلامية ومنها الأمنية ، كذلك جدير بالذكر أنه يتم الأخذ ببعض هذه الأساليب وليس بها جميعاً ، وذلك حسب طبيعة مضمون المادة الإعلامية والفئة المستهدفة والظروف المحيطة ، ومن هذه الأساليب النفسية :

١- التكرار ، ويعتبر هذا الأسلوب من أهم الأساليب النفسية لإقناع المتلقي بمضمون المادة الإعلامية ، ويعني ترديد المادة الإعلامية الأمنية باستمرار (الشرعة وكشاكش ، ١٩٩٣) . ولكي يكون التكرار ناجحاً ويؤدي غرضه ، يجب أن تتوفر فيه بعض الشروط ، وأهمها : التنوع ، أي أن يتم تقديمها بصور وأشكال متعددة حتى لا يتسرب الملل إلى نفوس المستهدفين ، وأن تكون خالية من المبالغة الواضحة والتي يسهل تشخيصها وذلك حتى لا تفقد ثقة المستهدفين .

٢- الإيحاء : وهو أسلوب نفسي يقوم على التلاعب بالإدراك للمتلقي بحيث يتم غرس فكرة أو موضوع معين لديه دون وجود تبرير منطقي وعقلاني لذلك . والإيحاء قد يكون مباشراً أو غير مباشر من حيث وضوح المصدر والرسالة الإعلامية الأمنية ، فعلى سبيل المثال عندما تعرض مخاطر الإدمان على المخدرات ، فهي رسالة غير مباشرة للناس والآباء بأن يأخذوا حذرهم من هذه المادة ، على الرغم أن مضمون المادة الإعلامية لا يخاطب الآباء . كذلك قد تخرج مادة إعلامية تشير إلى دراسات وأبحاث علمية محددة المصدر ، ولكن من يقف وراء هذه الأبحاث يكون مجهولاً . ويعتمد نجاح الإيحاء على توفر الشروط التالية (حقيق ، ١٩٩٨)

أ- ميل الناس للتقبل ، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى أن الأشخاص الأميل للتقبل والخضوع هم الأكثر تأثراً بالإيحاء .
ب- التدرج في الإيحاء ، فالإنسان أميل للاستجابة للإيحاء إذا كان مضمون الإيحاء يحقق بعض ميوله ، ولا يتنافر كثيراً مع بنائه المعرفية الحالية ، ولذلك يجب أن تبدأ عملية الإيحاء من خلال ما لدى الجهة المستهدفة ، ثم تتدرج إلى أن تصل إلى أهدافها الحقيقية .

ج- الإيحاء الجماعي ، يكون الإنسان أكثر تأثراً بالإيحاء عندما يكون وسط الجماعة التي ينتمي إليها .

د . استخدام الإيحاء في الوقت المناسب ، أفضل وقت للإيحاء عندما تكون الفئة المستهدفة في حالة عدم يقين ولديها شك في موضوع ما ، مع وجود نقص واضح في المعلومات لديها حول ذلك الموضوع .

٣- استخدام لغة الأغلبية : وهي محاولة إقناع كل فرد من أفراد المجتمع ، أو الجهة المستهدفة بأن الكل مقتنع بمضمون المادة الإعلامية ، وهنا يتم التركيز على الشعور الجماعي وليس الفردي ، فمثلاً عندما يتم عرض مادة إعلامية حول المخدرات وتهريب المخدرات ، يشار إلى أن أغلب أفراد المجتمع قد أظهروا استعداداً للتعاون في سبيل القضاء على هذه الآفة الاجتماعية ، ويمكن أن يتم ذلك من خلال اللقاءات والمقابلات والحوار مع بعض أفراد المجتمع ، لتكون شواهد حسية على صدق محتوى المادة الإعلامية (Hawthorn, 1987).

٤- التمويه أو التشويه : ويتم ذلك عن طريق إخفاء الحقائق عن الفئة المستهدفة أو الانتقاء المقصود لبعض الحقائق وتقديمها بصورة مشوهة لواقعها ، وهنا تلجأ وسائل الإعلام إلى الخداع والكذب عند تقديم المادة الإعلامية ، ويكون ذلك عندما يصعب إثبات أو برهنة مضمون المادة الإعلامية الموجهة إلى الفئة المستهدفة .

٥- التأثير والتحويل : والمقصود بذلك استخدام صفات ذاتية محببة لدى الجهة المستهدفة بالمادة الإعلامية ، كإطلاق صفات الولاء والانتماء والشجاعة والقيم السامية والقدرات المميزة وغيرها ، وذلك من أجل إقناع تلك الفئة بمصادقية الأفكار والأهداف التي تسعى لتحقيقها (الشرعة وكشاكش ، ١٩٩٣)

٦- الإثبات بالمنطق : والمقصود بذلك إثبات محتوى المادة الإعلامية عن طريق استخدام شواهد ومعايير معينة لها تأثير على الفئة المستهدفة . فالإنسان بطبيعته السيكولوجية يميل إلى الاقتناع بالأفكار المطروحة إذا اقترنت بمعايير أصلاً صادقة ومقبولة ، فعندما تبرز وسائل الإعلام الأمني أن المخدرات تستهلك الجسد والجيب وإبراز ذلك من خلال شواهد منطقية ، فإن الجهة المستهدفة قابلة للاقتناع لوجود معايير لديها حول أضرار المخدرات وما تستهلكه من الدخل الفردي .

٧- التضخيم : والمقصود بذلك صياغة المادة الإعلامية الأمنية وتقديمها بصورة أكبر بكثير من حقيقتها ، وهذا الأسلوب شائع في العصر الحديث . ويمكن اللجوء لهذا الأسلوب عندما يكون موضوع المادة الإعلامية خطير على أمن المجتمع ، وان الأمر يحتاج الى حشد كل الطاقات لمواجهة ، فعلى سبيل المثال قد تلجأ وسائل الإعلام

إلى تضخيم أضرار الحروب حتى يكون هناك ميل للسلام (الخليفة،
٢٠٠٠)

٨ - أسلوب الاختصار مع التكرار: والمقصود تقديم موضوع المادة الإعلامية بأقل عدد ممكن من الجمل مع تكرار ذلك من حين لآخر. وهذا الأسلوب يعتمد على مبدأ محدودية قدرة الذاكرة الإنسانية، وحتى يبقى الموضوع في ذاكرة الفئة المستهدفة فإنه يكون قصيراً، وواظياً، وحتى يستمر ويعزز في هذه الذاكرة فإنه يكرر بين حين وآخر، كالقول «المخدرات أهم الحروب التي تشن على الإنسانية في هذا العصر».

٩ - أسلوب الشريك: وهو اتفاق جهة داخلية مع جهة أخرى خارجية على الترويج لموضوع معين يهتم الجهة الداخلية، وهذا الأسلوب قد تلجأ إليه بعض الفئات المعارضة في دولة ما من أجل إثارة مواطني تلك الدولة لتحقيق أغراض شخصية تهم تلك الفئة المعارضة، وذلك بالاتفاق مع محطة فضائية خارجية لها بعض المقبولية لدى أفراد تلك الدولة المستهدفة بنشر موضوعات عن واقع معين لتلك الدولة هذه الموضوعات تؤدي إلى إثارة مواطنيها وبالتالي الإساءة لأمنها الداخلي (الخليفة، ٢٠٠٠).

١٠ - أسلوب التصدير أو تحويل الأنظار: وهو اللجوء إلى افتعال موضوع معين والتركيز عليه من أجل التغطية على موضوع آخر، وعادة يكون الموضوع المفتعل مهم جداً بالنسبة للفئة المستهدفة.

١١ - أسلوب الحقنة تحت الجلد: ويقوم هذا الأسلوب على المبدأ السلوكي الذي يقول إن لكل فعل ردة فعل أو لكل مثير استجابة، ويمكن أن تتنبأ بشكل الاستجابة إذا تحكمتنا بالمثير الذي يتطلب استجابة أو سلوكاً من

الشخص ، ومن هنا تعتبر المادة الإعلامية الأمنية حقنة أو مثيراً ، وهذا المثير يتطلب استجابة من الجهة المستهدفة .

١٢- التركيز على الكل وليس على الجزء : والمقصود هنا تناول موضوع المادة الإعلامية بشكل كلي وليس بشكل جزئي ، وهذا الأسلوب يقوم على المفهوم الجشطالتي الذي يقول أن الكل أكبر من مجموع الأجزاء . ولهذا فإن تناول موضوع المادة الإعلامية الأمنية بشكل شمولي وكلي يكون تأثيره على المتلقي أفضل مما لو تم تجزئته إلى موضوعات أو مواد منفصلة .

وبعد لا شك إن للإعلام دوراً كبيراً في الأمن الاجتماعي لأي مجتمع ، ومع هذا التطور الكبير في الوسائط الإعلامية من حيث الكم والكيف وخاصة في الجانب التكنولوجي ، إلا أن وصول المادة الإعلامية الأمنية يعتمد على عدد من المنطلقات والأساليب النفسية والاجتماعية . وجدير بالذكر أن هذه المنطلقات والأساليب النفسية تستخدم على المستوى الوقائي وذلك لحماية أمن المجتمع بمفهومه الشامل ، ومنع حدوث اختلال في التوازن الأمني للمجتمع ، وكذلك على المستوى العلاجي من أجل التصدي للاختلال الأمني عند حدوثه في المجتمع . وتستخدم أيضاً للإخلال في أمن المجتمع من قبل بعض الدول والجهات ذات الأهداف الخاصة .

ويعد الشعور بالأمن الركن الأساسي لأي مجتمع ، والحاجة الثانية من حيث الأهمية لدى أي إنسان . ويلعب الإعلام دوراً مهماً في ترسيخ الأمن الاجتماعي أو عكس ذلك تماماً ، ويكون دوره أخطر عندما يوجه إلى الأطفال والمراهقين . واختلفت نتائج الدراسات وآراء المحللين حول دور الإعلام في الأمن الاجتماعي ، فبعض النتائج والآراء أشارت إلى أن

دور الإعلام إيجابي ، بينما أشار غيرها إلى دور سلبي للإعلام في الأمن الاجتماعي ، ومع ذلك يمكن القول إن دور الإعلام في الأمن الاجتماعي مرتبط بكيفية تقديم مشاهد العنف والجريمة من حيث التشويق والطرافة ، وكذلك مرتبط بالظروف البيئية السائدة . وعلى الأغلب فإن مشاهد العنف والجريمة يكون تأثيرها سلبياً على الأطفال المراهقين للأسباب التالية :

١- لا زالت شخصية الأطفال والمراهقين في طور النمو ، والتقليد ، والتقمص من الميكنزمات الرئيسية التي تساهم في تكوين الشخصية ، والإعلام من المجالات الحياتية التي قد يتم تقليد وتقمص الأطفال والمراهقين للسلوكيات التي تتضمنها المواد الإعلامية .

٢- تكرار مشاهد العنف والجريمة تجعل الأطفال والمراهقين معتادين عليها ، حتى المشاهد التي يمكن ان تنفر من الجريمة تصبح بلا معنى إذا تكررت كثيراً . هناك العديد من العوامل التي تؤثر في قدرة الإعلام الأمني على الإقناع ، منها : تنوع وتعدد الوسائط الإعلامية من تلفزيون وإذاعة وصحافة وإنترنت وغيرها ، ويبقى التلفزيون الأكثر قدرة على الإقناع لما يمتلكه من مميزات تكنولوجية وسيكولوجية لا تتوفر في الوسائط الأخرى . مع ذلك فإن نوع المادة الإعلامية الأمنية وقدرتها على الوصول إلى أفراد الفئة المستهدفة هو الذي يتحكم باختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة ، فإذا كانت المادة الإعلامية سهلة الإثبات ومقترنة بالشواهد والأدلة ، والفئة المستهدفة الأطفال والمراهقين فإن التلفزيون هو الأفضل ، وإذا كانت المادة الإعلامية صعبة الإثبات فإن الراديو والصحافة والإنترنت هم الأفضل . ومن العوامل التي تؤثر في قدرة الإعلام

على الإقناع إضافة للوسائط الإعلامية ، المادة الإعلامية بحد ذاتها ما يجب أن تتضمنه من شروط حتى يكون لها تأثير في الإقناع ، وكذلك مقدم المادة الإعلامية من حيث القدرة والكفاءة والأسلوب والسمعة ، وأخيراً الفئة المستهدفة والظروف المحيطة . وعندما يحدث اقتران الفئة المستهدفة بالمادة الإعلامية الأمنية ، فإنه يتوقع حدوث عمليات نفسية جديدة لدى المتلقي كتعديل البنى الإدراكية لدى المتلقي ، وإيجاد بنى تفسيرية جديدة ومختلفة ، إضافة إلى إيجاد بنى سلوكية جديدة لديه .

وحتى يحقق الإعلام الأمني دوره في التأثير على عقول ونفسيات الفئات المستهدفة ، وبالتالي يحقق أهدافه من حيث إقناع تلك الفئات بمضمون المادة الإعلامية ، فإنه يعتمد على عدد من الأساليب النفسية التي بدونها يصعب وصول المادة الإعلامية إلى الفئة المستهدفة ، ومن هذه الأساليب : التكرار ، والإيحاء ، واستخدام لغة الأغلبية ، والتمويه ، والتأثير ، والمنطق ، والتضخيم ، والشريك ، والتصدير وغيرها من الأساليب النفسية . وجدير بالذكر أن هذه الأساليب تستخدم بغض النظر عن مقبوليتها الاجتماعية والأخلاقية ، وان الذي يحدد الوسيلة المستخدمة هو طبيعة الفئة المستهدفة ومحتوى المادة الإعلامية والوسائط الإعلامية التي سيتم من خلالها تقديم تلك المادة .

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- اليباري، فتحي . الإعلام الدولي والدعاية . الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥ .
- البداينة، ذياب (٢٠٠٢) . الأمن وحرب المعلومات . دار الشروق، عمان -الأردن .
- بدر، عبد المنعم (١٩٩٧) . تطوير الإعلام الأمني . أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض .
- بن، ريتشارد، دونهيو، لويس وتورب، روبرت (١٩٩٢) . تحليل مضمون الإعلام . ترجمة محمد ناجي الجوهر، قدسية للنشر، اربد-الأردن .
- حاتم، محمد (١٩٨٩) . الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية . مكتبة لبنان، بيروت .
- حسون، تناصر (١٤٠٩) . البيت ، المدرسة ، وسائل الإعلام وانحراف الأحداث في الوطن العربي . المجلة العربية للدراسات الأمنية، العدد السابع ، ٤٩-٧٣ .
- الخليفة، عمر (٢٠٠٠) . علم النفس والمخابرات . المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت .
- درويش، زين العابدين (١٩٩٩) . علم النفس الاجتماعي : أسسه وتطبيقاته . دار الفكر العربي، القاهرة .

- ذبيان، سامي (١٩٨٧). الصحافة اليومية والإعلام . دار الفكر العربي - بيروت .
- رشتي، جيهان (١٩٨٦). الأسس العلمية لنظريات الإعلام (ط٣) . دار الفكر العربي-القاهرة .
- رضوان ، سامر (٢٠٠٢) . الصحة النفسية ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان-الأردن .
- السيد ، فؤاد وعبد الرحمن، سعد (١٩٩٩) . علم النفس الاجتماعي : رؤية معاصرة . دار الفكر العربي ، القاهرة .
- سيف ، فاطمة (١٩٩٣) . الشعور بالأمن وعلاقته بتقدير الذات عند المراهقين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأردنية .
- الشرعة ، حسين (٢٠٠٠) . الأمن النفسي وعلاقته بوضوح الهوية المهنية . مؤتة للبحوث والدراسات : سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية . م . ٥ ، ع ، ٣ ، ١٥٧ - ١٧٧ .
- الشرعة ، حسين وكشاكش ، وكريم . (١٩٩٣) الدعاية وسيلة من وسائل الحرب النفسية ، أبحاث اليرموك سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية . م . ٩ ، ع ، ٢ ص ٩ - ٣٧ .
- شرف ، عبد العزيز (١٩٧٩) . وسائل الإعلام لغة الحضارة . مؤسسة مختار ، القاهرة .
- الصرايرة ، محمد نجيب . الحملات الإعلامية في مجال تنظيم الأسرة : نموذج تطبيقي . أبحاث اليرموك سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية . م . ٧ ، ع ، ١٠ ، ص ٩٩ - ١٢٧ .

- حقيق ، عواشة محمد (١٩٩٨) . الرأي العام بين الدعاية والإعلام .
الجامعة المفتوحة ، طرابلس ، ليبيا .
- عبد الله ، محمد (٢٠٠١) . مدخل إلى الصحة النفسية ، دار الفكر
للطباعة والنشر ، عمان - الأردن .
- عسيري ، عبد الرحمن (٢٠٠٠) . العمل الإعلامي الأمني العربي :
المشكلات والحلول . أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية .
الرياض .
- كفاقي ، علاء الدين (١٩٨٩) . تقدير الذات في علاقته بالتنشئة الوالدية
والأمن النفسي : دراسة في عليّة تقدير الذات . المجلة العربية للعلوم
الإنسانية . م . ٩ ، ع ، ٣٥ ، ١٠٠ - ١٢٧ .
- ماطر ، محمد فليح ورشاد ، شاهر محمد (١٩٩٧) . دور التلفزيون في
نشر الوعي الأمني ومحاصرة الجريمة . ورقة عمل قدمت في ندوة
«دور مؤسسات الإعلام في نشر الوعي الأمني ومحاصرة الجريمة» .
وزارة الداخلية ، أبو ظبي .
- مهنا ، فريال (١٩٨٩) . تقنيات الإقناع في الإعلام الجماهيري . طلاس
للدراسات والترجمة والنشر ، دمشق .
- المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب (١٩٨٦) . المسؤولية الأمنية
للمرافق الإعلامية في الدول العربية . الندوة العلمية الثالثة ،
الرياض .
- نور الدين ، محمد (١٩٩٤) . العلاقة المحتملة للتلفزيون والسينما
بالانحراف ، المجلة العربية للدراسات الأمنية ، العدد الثامن عشر ،
١١ - ٢٩ .

ثانياً: المراجع الاجنبية:

- Devost,M.; Houghton,B. and Pollard,N.(1998). Information Terrorism: Political Viotance in the Information Age. <Http://www.terrorism.com/denning.html>.
- Drew, D. and Weaver, D.(1990). Media attentions, media exposure, and media effect. Journalism Quarterly, Vol.67,No.4, 740-748.
- English, H. and English, A.(1958). A Comprehensive Dictionary of Psychology and Psychoanalytical terms, New york: Longmans, Green and Co.
- George, R. , Cristiani, T . (1986) . Counseling theory & practice,2 ED , prentice _ Hall , Inc. , new Jersey .
- Hawthorn .J. (1987) propaganda, persuasion and polemic. London: Edward Amold .
- Ivey , A.and Dowing , L (1980) . Counceling and psychotherapy : skills , theories , and practice , prentice _ Hall , Inc , new Jersey .
- Lasorsa, D.(1991). Effect of news paper competition on public opinion diversity. Journalism Quarterly, Vol.68, No. 1, 38-47.
- Laswell, H.(1948). The Structural and Function of Communication in Society. In Bryson (Ed), communication of ideas, New york: Harper.
- Medonald, D.(1990). Media orientation and television news viewing. Journalism Quarterly, Vol.67 , No.1 , 11-20.
- Roberts, R. and Bengtson, V.(1993). Relationship with parents, self-esteem and psychological well-being in young

adulthood. *Social psychology Quarterly*, Vol.5 , No.4 , 263-278.

- Rutter, M.(1990). Psychological Resilience and Protective Mechanisms. In J. Rolf; A. master; D. Cicchetti; and S. Weintraub(Eds), *Risk and protetive factors in the Development of psychology*. Cambridge university press.
- Ryff, C.(1995). psychological well- bieng in adult life. *Current Directions in Psychological Science*, Vol.4, 99-104.
- Ryff, C. and Keyes, C. (1995) The structure of psychological well- bieng revisited. *Journal of Persenality and Social Psychology*, Vol. 69, No. 4, 719-727.
- Ryff, C.(1989). Happiness is everything, or is it? Exploration on the meaning of Psychological Well-bieng. *Journal of personality and Social Psychology*, Vol.57, 1069-1081.

نحو استراتيجية إعلامية للإرتقاء بصورة رجل الأمن

د. معز بن عبدالرحمن مسعود

٤ . نحو استراتيجية إعلامية للإرتقاء

بصورة رجل الأمن

لقد اكتسبت الدّراسات المتعلّقة بالأمن ولازالت أهميّة بالغة باعتبار دور أجهزة الأمن في خطط التنمية فضلاً عن أنها أحد رموز قوة الدولة وهبتها وأساس وجودها ومكانتها بين الدول حتى أن الاستثمار في الأمن أصبح من أولويات كلّ البلدان بدون منازع .

وأصل الأمن في اللّغة يعني طمأنينة النفس وزوال الخوف - وأمن البلد اطمئنان أهله فيه وأمن الشر ، السلامة منه أي سلم وأمن فلان على كذا وثق فيه واطمأنّ عليه وجعله أميناً عليه - قال تعالى ﴿ قَالَ هَلْ آمَنُكُمْ عَلَيْهِ إِلَّا كَمَا أَمْنُكُمْ عَلَىٰ أَخِيهِ مِن قَبْلُ... ﴾ (سورة يوسف) .

وقد عرّف بعضهم مصطلح الأمن بأنه «إحساس الفرد والجماعة والبشرية بإشباع دوافعها العضوية والنفسية ، وعلى رأسها دافع الأمن بمظهره المادي والنفسي والمتمثلين في اطمئنان المجتمع إلى زوال ما يهدد مظاهر هذا الدافع المادي كالمسكن الدائم المستقر والرزق الجاري والتوافق مع الآخرين والدوافع النفسية المتمثلة في اعتراف المجتمع بالفرد ودوره ومكانته فيه وهو ما يمكن أن يعبر عنه بلفظ السكينة العامة حيث تسير حياة المجتمع في هدوء نسبي»^(١) .

(١) نافع ، محمد عبد الكريم . الأمن القومي ، القاهرة دار الشعب للنشر والطباعة ١٩٧٢م ، ص ١٠ .

وقد اجتهد نخبة من الكتاب والباحثين في محاولة تأهيل هذا الحقل ومنهم «دانييل كوفمان» وآخرون في كتاب «الأمن الوطني الهيكل التحليلي» الذي جاء فيه بأن مصطلح الأمن يتسم بالغموض وشدة الاختلاف في المعنى من مجتمع لآخر بحسب ثقافة المجتمع وموقعه^(١).

وحسب ثقافة المجتمعات تعددت الصور التي يحملها المواطن عن رجل الأمن حتى وإن كان هناك شبه اتفاق حول دور شخصية رجل الأمن في الحفاظ على السيادة الوطنية والوضع القانوني الطبيعي القائم للدولة.

فالمعروف أنّ بعض البلدان العربية وغير العربية كانت واقعة تحت الاستعمار الأجنبي وكان الحكام المحليون خاضعين لرغبة المستعمر إما طمعاً في الفوز برضاه أو رغبة في الاحتماء بظله لممارسة ما تفرضه عليهم شهواتهم من اكتناز القناطير المقنطرة من الذهب والفضة والحلي والقصور والضياع والانغماس في الملذات المحرمة أو خوفاً على كراسيهم من تهديد المستعمر لهم بالخلع أو الإبعاد عن السلطة أو البلاد^(٢).

وقد كانت الشعوب تقاوم المستعمر وأعوانه وتحاول بشتى الوسائل التخلص من ظلمه وبطشه واعتدائه على الأموال والأعراض والحريات. وقد كانت مصلحة المستعمر والحاكم الموالي له أو الخاضع لسلطانه تتعارض مع مصالح الشعب ومن هنا فإن الشرطة التي هي في الأصل جهاز لحفظ

(١) الجحني، علي فايز. لمحات في التخطيط الاستراتيجي: رؤية أمنية، المجلة العربية للدراسات الأمنية، العدد ٢ ص ٧٠٢، نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

(٢) الفريق العلمي، يحيى. خلق رجل الأمن العربي، آراء في الإعداد النموذجي لرجل الأمن ص ٤١، نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

أمن الشعب والعمل على راحته قد أصبحت مكلفة بواجبات أخرى قد تتناقض مع رسالتها الحميدة في خدمة الشعب وأصبحت سيفاً مسلطاً في يد المستعمر والحاكم على رقاب أفراد الشعب^(١).

وبمرور السنوات وحصول تلك البلدان على استقلالها ظهرت أجهزة أمن من أبناء تلك البلدان رفعوا شعار «الشرطة في خدمة الشعب» أو «في خدمة القانون» وما إلى ذلك من الشعارات التي تعبر عن روح جديدة في الشرطة واتجاه جديد في سلوكها وتعاملها مع المواطنين. وتطورت بذلك الصورة الذهنية التي يحملها المواطن عن رجل الأمن بظهور أخلاقيات جديدة كانت كامنة في طبيعة الشعب العربي المسلم وهي مستمدة من الدين الإسلامي الحنيف.

ولدراسة تطور هذه الصورة فكّرنا في موضوع البحث هذا الذي يسعى إلى التعمق في دراسة قدرة الإعلام والاتصال على الارتقاء بصورة رجل الأمن في المجتمعات العربية، وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية:

١- تطوّر صورة رجل الأمن وعلاقته بالنسق المتسارع للمتغيّرات الاجتماعية في البلدان العربية.

٢- ضرورة الاهتمام بتكريس صورة إيجابية لرجل الأمن بصفته طرفاً فاعلاً في التنمية الشاملة للبلدان العربية.

٣- نحو تركيز استراتيجية إعلامية واتصالية «للارتقاء» بصورة رجل الأمن في المجتمعات العربيّة.

وتنتهي هذه المداخله بخاتمة تركّز على ضرورة بعث جهاز متكامل

(١) نفس المصدر السابق، ص ٤١.

على مستوى البلدان العربية يعنى بدراسة تطور هذه الصورة في مختلف الأقطار - ويهدف هذا البحث إلى وضع أسس استراتيجية إعلامية واتصالية توظف الإعلام والاتصال للنهوض بصورة رجل الأمن من أجل ضمان التنمية الشاملة للمجتمعات العربية .

ويعتمد هذا البحث على عديد من الدراسات التي اهتمت بالمسائل الأمنية وبالإعلام والاتصال في علاقته بأجهزة الأمن وبالمعايير النموذجية المطلوبة لرجل الأمن . . إلخ ، مع التحليل والاستنتاج حول مجمل المسائل ذات العلاقة بموضوعنا .

ولعلّ سبب اختيارنا لهذه الدراسة يعود بالأساس لتخصّصنا في مجال الإعلام والاتصال كأستاذ بالجامعة التونسية ومستشار ببعض الهياكل الخاصة وكذلك لشغفنا قصد العمل في مثل هذا الموضوع الجدير بالبحث والاستقصاء .

٤ . ١ تطور صورة رجل الأمن وعلاقته بالنسق المتسارع للمتغيرات الاجتماعية في البلدان العربية

إنّ الظواهر المتعلّقة بالسلوك البشري الاجتماعي في ألوان شتى من العادات الاجتماعيّة التي تتبلور في أشكال مختلفة من الأعراف والتقاليد وأساليب التّعامل بين النّاس والتي فطن العرب إليها منذ عصور الجاهليّة وأطلقوا عليها اسمين واضحيّ الدلالة وهما «شيم» و«شمائل» بمعنى الأخلاق^(١) : أي مجموعة الأوامر والنّواهي التي يورثها السلف الخلف ،

(١) انظر المعجم الوسيط ، القاهرة ، مجمع اللّغة العربيّة ١٦٩١ ، الجزء الأوّل ، مادّة شمل : ص ٤٩٨ - ٥٠٦ .

لينسجوا على منوالهم ويتخلّقوا بأخلاقهم ، ليكونوا مثلهم ولا يشدّوا عنهم . هذه المجموعات الأخلاقية التي تشتمل على شيم وشمائل المجموعات والجماعات البشرية وتميّزها بعضها عن بعض وتكون منسّقة المحتوى معقولة المضمون لمن يعتنقونها ، يطلق عليها في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي وعلم الثقافة على وجه الخصوص ، «أنساق السلوك الاجتماعي والتعامل البشري» . والنسق عبارة عن مجموعة من المصالح والأنشطة المرتبطة بعضها البعض الآخر تنظّم تفاصيلها ومظاهرها وفق ترتيب منسّق يتميِّز بأداء منسجم في وحدة متكاملة . هذا النسق قد يتغيّر بتغيّر المصالح وتضاربها بين الناس . فكلّ فرد في الحياة خاضع للتغيّر وقابل له وسائر فيه .

٤ . ١ . ١ التغيّر الاجتماعي حقيقة علمية ثابتة

«في مختلف الأحوال ما بين وجود وعدم ، وكثرة وقلة وحركة في الحلّ والترحال ، والتنقل والاستقرار ، وللعقل البشري فاعلياته في كلّ هذه الأمور يكتشف ويخترع وابتدع ، مدفوعاً بحاجاته الضرورية لبقائه ورغباته الكمالية إشباعاً لشهوته مسيراً في بعض هذه الأنشطة بفطرته وتكوينه ، ومخيّراً في بعضها الآخر حيث يقوده الحدس والإلهام . والبشر في ذلك كلّهم مختلفون تبعاً لتفاوتهم في القدرات والمواهب والخبرات والتجارب ، وما يحيط بهم من نشر الظروف المبسطة والمتدرجة تركيباً وتعقيداً . . . وتاريخ البشر شاهد على ذلك . فهو صفحات الزّمان ، وسجل ما يحدث فيه لسائر المخلوقات وعلى رأسها الإنسان»^(١) .

(١) مقدّمة العلامة عبد الرّحمن بن خلدون ، المكتبة التجارية الكبرى ، القاهرة ص

وقد انكبَّ عبد الرَّحْمَن بن خلدون في سنة ١٤٧٠ على دراسة هذه الظاهرة بالتركيز على النظريات والقوانين الإجتماعية فاستطاع أن يضع علماً جديداً يساعد على فهم الأحداث والوقائع وكشف ماهياتها ، وعللها وأسبابها ، وليمكن الدّارس من صياغة قراراته الإجتماعية في ضوءها . وبذلك كان التغيّر الإجتماعي الموضوع المحوري لمقدمته الشهيرة التي من ضمن ما ساقته لنا من الملاحظات قوله : «ومن الغلط الخفي في التّاريخ الدّهول عن تبدّل الأحوال في الأمم والأجيال ، بتبدّل الأعصار ومروور الأيّام ، وهو داء دوي شديد الخفاء ، إذ لا يقع إلاّ بعد أحقاب متطاولة ، فلا يكاد يفطن له إلاّ الآحاد من أهل الخليقة وذلك أنّ أحوال العالم والأمم وعوائدهم ونحلهم ، لا تدوم على وتيرة واحدة ومنهاج مستقرّ ، إنّما هو اختلاف على الأيّام والأزمة ، وانتقال من حال إلى حال . وكما يكون ذلك في الأشخاص والأوقات والأمصار فكذلك يقع في الآفاق والأقطار والأزمة والدّول^(١) .

ويحاول ابن خلدون البحث عن أسباب التغيّر الإجتماعي على أساس أدلّة التّاريخ وشواهد من الأحداث والوقائع فيصل إلى التّيجة التّالية : « والسبب الشائع في تبدّل الأحوال والعوائد ، أنّ عوائد كلّ جيل تابعة لعوائد سلطانه ، كما يقال في الأمثال الحكيمة «النّاس على دين الملك» . . . وأهل الملك والسلطان إذا استولوا على الدّولة والأمر ، فلا بدّ وأن يفزعوا إلى عوائد من قبلهم ويأخذوا الكثير منها ولا يغفلوا عوائد جيلهم مع ذلك ، فيقع في عوائد الدّولة بعض المخالفة لعوائد الجيل الأوّل . . . فإذا جاءت دولة أخرى من بعدهم ومزجت من عوائدهم وعوائدها ، خالفت أيضا

(١) نفس المصدر السابق ص ٢٩ .

بعض الشيء وكانت للأولى أشدّ مخالفة . . . ثمّ لا يزال التدرّج في المخالفة حتّى ينتهي إلى المباشرة بالجملة . . . فما دامت الأمم والأجيال تتعاقب في الملك والسلطان ، لا تزال المخالفة في العوائد والأحوال واقعة^(١) .

فبعد الرّحمن ابن خلدون يقرّ إذا بتغيّر القيم مع تغيّر الفترات التاريخية وتغيّر المجتمعات . ولعلّ استخدام وسائل الإعلام اليوم مقروءة كانت أو سمعية بصرية أو إلكترونية من العوامل التي تعتبر اليوم سلاحا ذا حدين : فقد تساهم هذه الوسائل في غرس قيم جديدة داخل المجتمعات قد تكون إيجابية أو سلبية ، وذلك حسب أهداف الباحث ومروّج المضامين الإعلامية . وقد تكون هذه المضامين بريئة الغاية منها تكريس التفتّح على الآخر دون المسّ من بقيمه وتقاليده وعاداته وقد تكون غير بريئة الغاية منها نشر ثقافة الآخر بعناصرها المادية وغير المادية أي المعنوية .

ولقد شجّع نسق القيم الجديدة في الحياة الاجتماعية السريعة التغيّر على استخدام ثمرات التّقنين التي فرضتها الوسائل الجديدة لتكنولوجيا الإعلام والاتّصال بتكريس أوجه جديدة في مجال الترفيه فانتشرت بذلك الأفلام وأشرطة الفيديو الزرقاء ، وانتشرت المطبوعات المخلّة بالآداب وزاد الإقبال على المخدّرات . . . إلخ .

ولعلّ المتعمّق في واقع المجتمعات العربيّة اليوم يلاحظ الازدهار والروّاج الذي صاحب تفتّح هذه البلدان على البلدان الغربيّة وما نجم عنه من تغيّر شامل على المستوى الاجتماعي والثقافي وصل حدّ فساد النفوس والقيم بتبني أفكار نادى بها متحرّرو الفكر ممّن فقدوا هويّتهم العربيّة الإسلامية .

(١) نفس المصدر السابق ص ٢٩ .

وفي خضمّ هذه الحياة الاجتماعيّة المهترّة التي صار فيها الشكّ في الأخلاق والمثل القيّمة الثابتة أصبحت المجتمعات العربيّة بحاجة ماسّة إلى من ينبذ هذا العنف ويدعو إلى الجادّة عملاً بقوله عزّ وجلّ: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسَكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ...﴾ (سورة المائدة).

ولعلّ رجل الأمن هو خير من يقوم بهذه المهمة عندما تهتزّ القيم ويتفشّى الظلم ويكثر العدوان وتزداد الجرائم.

٤ . ١ . ٢ تطوّر دور رجل الأمن في ظلّ النسق السريع للمتغيّرات الاجتماعيّة

إنّ الفرد يسعى بشتّى الصور إلى تحقيق أهداف متنوّعة ومتعدّدة وما يدفعه إلى ذلك ما اكتسبه من قيم مكتسبة خلال نشأته الاجتماعيّة من جهة، وقيم مستخلصة من خبرته في الحياة من جهة أخرى ، بحيث تصبح القيم جزءاً لا يتجزأ من حقائق الحياة الاجتماعيّة .

ولعلّ تأثير بعض القيم السلبية المكتسبة في السلوك الاجتماعي وما ينعكس عنها من فساد تتطلّب تدخل طرف قادر على التّعديل والتّغيير يمثّل هيبة السلطة وقوتها .

رجل الأمن هو ذلك الطّرف الفاعل الذي يمكن أن يساعد على تجسيد الحكمة الإلهيّة في قول الله تعالى : ﴿... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ...﴾ (سورة الرعد).

ودور رجل الأمن لا يتوقف على ذلك المفهوم الكلاسيكي المنادي بالحزم إلى حدّ أنّ البعض يخلط بين الحزم والاستبداد ، ولكن دور رجل الأمن يتجاوز اليوم هذا المفهوم نتيجة لتطوّر المجتمعات وتغيّر القيم . فرجل

الأمن اليوم هو اليد الأمانة المنقذة للحكم وهو ملاذ للمواطن وملجؤه وهو أول من يفرع إليه الناس حين يصيبهم ظلم وعدوان .

ولعلّ انضباط رجل الأمن وحزمه وعدله ويقظته وعدم غفلته من كلّ ما يهدّد سلامة المجتمع وأمنه هي من أهمّ مميّزات رجل الأمن المناسب اليوم .

ومّا يمكن ذكره في هذا المجال ، ما كتبه الحجاج عن سياسته الأمنية في رسالة أرسلها إلى الخليفة الأموي الوليد بن عبد الملك جاء فيها : «إني أيقظت رأيي وأمت هوأي ، فأدريت السيد القطاع في قومه ، ووليت الحرب « الشجاع الشديد» الحازم في أمره ، وقلدت الخراج الموقر لأمانته ، وقسمت لكلّ خصم من نفسي قسماً أعطيه حظاً من تكليف عنايتي ونظري ، «ووصرفت السيف إلى النطق المسيء (المتهم بريته) والثواب إلى الحسن البريء ، فخاف المريب صولة العقاب ، وتمسكّ المحسن بحظه من الثواب» .

فإن كان الحجاج قد عرف في تاريخنا الإسلامي بظلمه إلاّ أنه في هذه الرسالة يضع أمامنا حصيلة خبرة عميقة وتجربة واسعة وأساساً قوية لحفظ الأمن وسيادة القانون . هذه الأسس نلخصها فيما يلي^(١) :

- يقظة رجل الأمن وعدم غفلته من كل ما يهدّد سلامة المجتمع وأمنه ليتمكن من تطويق الأمر قبل حدوثه أو استفحاله وانتشاره .

- كفاءة الأجهزة العلمية والفنية القادرة على التحليل والاكتشاف والمراقبة والمتابعة دون ضعف أو تقصير .

(١) إبراهيم الكيلاني (زيد) : القيم الأخلاقية لرجل الأمن بين حقوق الفرد ومصالحه المجتمع ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ص ١٢١ .

- تحرر رجل الأمن من الهوى والضعوط الشخصية التي قد تعمييه عن رؤية الحقيقة أو تفقده الصلابة والحزم في مقاومة الفساد أو كشفه .

- وضع الرجل المناسب في المكان المناسب فللحرب الشجاع الشديد وللمال الكفاء الأمين .

- توزيع العمل على الأجهزة المتخصصة المرتبطة بقيادتها فلكل جهة تهدد أمن الدولة جهازها الخاص يقوم بمسؤولياته في دراستها والتنبيه لأخطارها وهذا ما يفيد قوله (وقسمت لكل خصم القيم الأخلاقية المرتبطة بعدل رجل الأمن من نفسي قسما أعطيه حظا من تكليف عنايتي ونظري) .

- الضرب بيد من حديد على أيدي المفسدين والمخلفين بأمن البلاد وتقدير المحسنين المحافظين على أمن البلد العاملين على تقدمه ، وربط الحكم بالشعب عن طريق تقريب القيادات الشعبية والصالحين من الناس وحسن الصلة بهم ليجد المحسن ثواب إحسانه والمسيء نتيجة عمله .

إلى هذه المبادئ نضيف الدور التوعوي لرجل الأمن فهذا الأخير يرى في الناس أباه وأخاه وابنه ، ليروا فيه الابن والأخ والوالد - وهو يقوم اليوم في مجتمعنا المعاصر بدور توعوي إصلاحي لتتصل القاعدة بالقيادة بأوثق الأسباب ويتماسك المجتمع ويقوى في ظل الأمن والثقة والعدالة ويتصل بأسباب تقدمه الاجتماعي والاقتصادي والعلمي والعمراني والعسكري . . . وهو بذلك يساهم في إقامة العدل وحفظ الأمن وطرده الجرمية .

ولعلّ تطوّر دور رجل الأمن واقع تفرضه اليوم حاجة المجتمعات إلى تنمية شاملة تضطلع فيها هذه الشخصية بدور رئيسي وريادي .

٤ . ٢ ضرورة الاهتمام بتكريس صورة إيجابية لرجل الأمن بصفته طرفاً فاعلاً في التنمية الشاملة بالبلدان العربية

لم يعرف التاريخ الحديث تغييرات تشبه في سرعتها وضخامتها التغييرات التي يشهدها المجتمع العربي اليوم . وهي ظاهرة شدت أنظار العالم بأسره نسبة للأهمية الاقتصادية والاستراتيجية والسياسية التي تتمتع بها المنطقة العربية في عالمنا المعاصر .

وبالطبع فإن وراء المتغيرات الاجتماعية عوامل متعددة ومتنوعة إلا أن العوامل الاقتصادية تعتبر في مقدمة هذه العوامل خاصة في الآونة الأخيرة .

«ومن الظواهر الملفتة للنظر أن تضخم المدن العربية قد صاحبه بروز فجوة هائلة ومتزايدة في المستوى المعيشي لسكان المدن والريف . ونتيجة للتغيرات الاقتصادية في دول الفوائض النفطية بدأت هذه الدول تشهد تحولات إجتماعية كبيرة إذ اقتضى الانفاق بسخاء على المشاريع الإنسانية والخدمات واستجلاب الخبرات والأيدي العاملة بأعداد ضخمة سداً للنقص في اليد العاملة المحليّة . وفي نفس الوقت بدأت مشروعات هائلة لتدريب وتأهيل أبناء المنطقة كتحمّل مسؤوليات التغيير الاجتماعي والإداري الكبير الذي يحدث الآن . كما بدأت هذه الدول تحتك بالعالم الخارجي احتكاكاً شديداً بحكم موقعها الجديد المتميز في خريطة العالم الاقتصادية والسياسية . وكانت لكل هذه التحولات انعكاساتها الواضحة على الحياة الاجتماعية في هذه الدول .

ومن الملاحظ أن المجتمع العربي قد تحوّل إلى مجتمع استحواذي تسوده

تطلّعات عارمة للثراء السريع ، وإن كان سكان الدول ذات الفوائض وجدوا ما يشبع تطلّعاتهم للرخاء والرفاهية فإنّ السكان في معظم الدول العربية يشعرون بالإحباط وخيبة الأمل خاصة بعد أن تباطأت سرعة نموّ الدخل في بلادهم^(١) ومع هذا كله فقد ظلّ الاستهلاك الخاص يتزايد في المنطقة العربية بسرعة لم تشهدا بقية العالم النامي .

أما بالنسبة لمحدودي الدخل فقد تسرّبت إليهم عدوى المجتمع الاستحواذي وهرعوا إلى اكتساب المال بطرق مشروعة وغير مشروعة في حين وجد البعض الآخر في الاغتراب داخل المنطقة العربية أو خارجها وسيلة لزيادة دخلهم وقد لجأ البعض إلى الأعمال الحرة أو الجمع بين أكثر من وظيفة ولجأ البعض الآخر إلى الجرائم مثل السرقة والاختلاس أو التهريب والتجارة في السوق السوداء . . . إلخ .

٤ . ٢ . ١ دعم التيار بالاستثمار في الأمن

أمام هذه الوضعيات التي تميز المجتمعات العربية اليوم أصبح التفكير في دعم الاستثمار في الأمن أمراً ضرورياً . والمقصود من الاستثمار في الأمن التركيز على الفرد والمعدات على حدّ سواء . فالاستثمار في مجال تربية الفرد الشرطي نعني به الارتقاء بقدرات رجل الأمن بحيث لا تتوقف عناصر اختيار هذا الأخير على قوّة الجسم والفتنة فقط بل وكذلك على الثقافة العالية والتخصص في شتى العلوم الأمنية ، لأنّ المجرم اليوم لم يعد

(١) عوض ، محمد هاشم . اقتصاديات التحول الاجتماعي في الوطن العربي مختصر الدراسات الأمنية للمركز العربي للدراسات الأمنية بالرياض الجزء الثالث ص

فقط رجل الشارع الذي يحترف السرقة أو يرتكب غيرها من الجرائم ، وإنما أصبح هناك مديرو شركات ومسؤولون وغيرهم ممن يرتكبون جرائم الرشوة والتهرب بل والتدليس والغش وربما الاحتيال .

وأصبحت بذلك كثيرة البلدان العربية تدرج ضمن اختصاصات التكوين في أكاديميات الشرطة قطاعات عديدة مثل :

- العلوم القانونية ،

- الهندسة - الطب - الكيمياء - والمحاسبة . . . إلخ . وتعددّ بذلك الإدارات بتعدد الاختصاصات فنجد إدارات الأمن العام ، والبحث الجنائي ، والحدود والأجانب وأمن الدولة ، ومكافحة تهريب الأموال ومكافحة المخدرات وشرطة المحافظة على الأخلاق الحميدة ، وشرطة السياحة . . . إلخ .

وهناك إدارات أخرى تعمل على منع الجريمة قبل وقوعها كجهاز الرقابة الإدارية الذي يضمّ ضباطاً من ذوي الثقافة والذكاء والتخصص يعمل على مراقبة الانضباط في العمل الإداري ومكافحة الاختلاسات والرشاوي والعمولات وكفها إن وجدت ومكافحة الإهمال .

وتقوم الأكاديميات في البلدان العربية بإرسال بعض الضباط إلى دول أجنبية متقدمة في هذا المجال على غرار فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا . . . لتلقى التكوين الملائم والمكمل للتكوين المتخصص الذي تلقوه خلال دراستهم الأكاديمية .

ويكتمل هذا النوع من الاستثمار في الموارد البشرية استثمار في المعدات . فكفاءة وقدرات أجهزة الأمن المختلفة تقاس أيضا بمدى تطور المعدات والأسلحة التي تستعملها قوات الأمن وكذلك أجهزة الاتصال

والانذار والاطفاء والحواشيب الالكترونية والوسائل الحديثة لحفظ المعلومات . . . إلخ .

هذان النوعان من الاستثمار من شأنهما مساعدة رفع كفاءة وقدرة أجهزة الأمن من أجل التصدي إلى كل أنواع التجاوزات التي تعيشها المجتمعات العربية اليوم . وللقيام بهذا النوع من الاستثمار وجب الاقتناع بدور رجل الأمن كطرف فاعل في عملية التنمية .

٤ . ٢ . ٢ الاستثمار في الأمن من أجل ضمان استقرار المشاريع التنموية

إنّ الأمن يضمن الاستقرار لكل المشاريع التنموية ولعل الوظائف الأساسية لأجهزة الأمن تقوم إجمالاً على وظيفتين أساسيتين تتلخصان في :

- حماية المؤسسات التنموية للدولة .

- حماية الاقتصاد الوطني .

وتتمثل الوظيفة الأولى أي حماية المؤسسات التنموية للدولة في اختيار الأفراد الأكفاء للقيام بعملية مراقبة المشاريع التنموية وحمايتها من السرقة والنهب والتخريب والتدمير . . . إلخ . ويقع اختيار العمل بنظام الدوريات لتنظيم عملية المراقبة والحماية وتتخذ المشاريع التنموية أشكالاً مختلفة وتتطلب من السّاهر على أمنها تدريباً جيّداً وحنكة متناهية في التصدي إلى كل ما من شأنه أن يمسّ من أمن المؤسسات وحرمتها وممتلكاتها . . . إلخ .

أمّا الوظيفة الثانية والتي تتمثل في حماية الاقتصاد الوطني فإنّها تتعلق خاصة بمكافحة الجرائم الاقتصادية ومحاربة الظلم والاستغلال والتوزيع غير العادل للثروات في المجتمع .

أمّا الوظيفة الثانية والتي تتمثل في حماية الاقتصاد الوطني فإنّها تتعلق خاصة بمكافحة الجرائم الاقتصادية ومحاربة الظلم والاستغلال والتوزيع غير العادل للثروات في المجتمع .

فعلى مستوى مكافحة الجرائم الاقتصادية تقوم أجهزة الأمن اليوم في العديد من البلدان العربية بمكافحة الجرائم التي تتصل بالانتاج والتوزيع والاستهلاك والتسعير وجرائم النقد والتهرب . . . إلخ وقد ساعدها في ذلك تطور نظام قانون العقوبات الاقتصادي .

وتستقل الجرائم الاقتصادية بأحكام خاصة في الإجراءات الجنائية ليس فقط في مسائل تفصيلية، وإنما في القواعد الأساسية، ولهذا الاختلاف ما يبرّره في كثير من الأحوال، عندما يكون الباعث على ذلك هو الإسراع وتفادي البطء الذي يلازم الإجراءات العادية أو إعداد مختصين في البحث عن الجرائم الاقتصادية وضبطها أو تحقيقها أو محاكمة مرتكبيها .

وهذا ما قصد إليه مؤتمر روما سنة ٣٥٩١ بإصدار توصياته في هذا الصدد^(١) . ففي البند الخامس (ب) يرى المؤتمر أنّ اكتشاف الجرائم الاقتصادية يتطلّب الإحاطة بكثير من المعلومات مما يقتضي إعداد هيئة من المتخصصين تقوم بالبحث عن هذه الجرائم وضبطها، ومن الممكن مباشرة الدعوى عن هذه الجرائم بإدخال شيء من المرونة والتبسيط على الإجراءات . وفي البند الثامن من التوصيات يوصي المؤتمر بإنشاء هيئة تنسيق تضمّ مندوبين من الإدارة والنيابة العامة لتضع خطة مشتركة للعمل .

(١) مصطفى، محمود. الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن، دار ومطابع الشعب، الطبعة الأولى القاهرة ٣٦٩١ ص ١٧٦ .

وقد كان الإسلام سبّاقاً بتحريره الظلم وإيجاد شعور لدى الفرد بالاطمئنان على حقه في جني ثمار عمله . ورجل الأمن هو الفرد الذي يمكن أن يرفع الظلم ويضمن حق المواطن .

وقد أشار العلامة عبد الرحمن ابن خلدون في مقدمته إلى آثار الظلم على عملية التنمية حين قال : «كلّ من أخذ ملك أحد أو غصبه في عمله أو طالبه بغير حق أو فرض عليه حقاً لم يفرضه عليه الشرع فهو ظالم . فجباة الأموال بغير حقها ظلمة والمعتدون عليه ظلمة والمانعون لحقوق الناس ظلمة ، وغصاب الأملاك على العموم ظلمة ووبال ذلك كله عائد على الدولة بخراب العمران الذي هو مادتها لإذها به الآمال ، وهو ما ينشأ عنه من فساد العمران وخرابه»^(١) .

ورجل الأمن هو الذي بإمكانه تجنب البشرية فساد العمران وخرابه بتوخي الحزم والعدل وبمحاولته تطوير تلك الصورة الذهنية التي يحملها عنه المواطن .

فدور رجل الأمن هو نشر العدالة بين الناس والقضاء على المحاباة التي من شأنها تكريس الظلم . ولعلّ لوسائل الإعلام دور هام في الارتقاء بالصورة الذهنية التي نحملها عن رجل الأمن والتي لا تتجاوز تلك الواجبات التقليدية التي يقوم بها الجهاز الأمني كالخدمات الاجتماعية للمواطن التي يغلب عليها طابع المساعدة لتجاوز الأحوال الصعبة في حالات الكوارث كالانقاذ والاسعاف أو فضّ الخلافات والقيام بالتسوية بين أطراف متنازعة . . . إلخ .

(١) مقدمة ابن خلدون . مصدر سابق ص ٢٥١ .

فكيف لوسائل الإعلام والاتصال أن ترتقي بصورة رجل الأمن في المجتمعات العربية وكيف لنا أن ننجح في وضع استراتيجية إعلامية واتصالية قادرة على تجاوز النظرة التقليدية لرجل الأمن التي تنحصر في تلك الصورة المثقلة بمخلفات السلطة الاستعمارية؟

٤ . ٣ نحو استراتيجية إعلامية واتصالية للارتقاء بصورة رجل الأمن

لقد تطوّر مجال الإعلام والاتصال في عالمنا المعاصر نتيجة للثورة التكنولوجية التي شملت جميع وسائل الإعلام والاتصال المكتوبة والمقروءة والمرئية من آلات الطباعة إلى التصوير مروراً بالتلفزيون والأقمار الصناعية وانتهاءً بالحواسيب الإلكترونية وأقمار البث المباشر .

ويعتبر الاتصال أساساً من أسس استمرار الحياة الاجتماعية وتطورها وهو وسيلة التفاعل المستمر المشترك بين أفراد المجتمع . فالإتصال عملية تفاعل بين طرفين ونعني بالتفاعل ما يحدث نتيجة وجود مؤثر (stimulus) أو فعل (action) من جانب معين وحدث استجابة (response) أو ردّ فعل من جانب آخر .

والعملية الاتصالية كما بين ذلك الباحث الأمريكي لاسويل Lasswell تقوم على بث رسالة من الباث إلى المرسل إليه عن طريق (وسيلة) أي قناة لإحداث أثر معين في المستقبل .

٤ . ٣ . ١ أهمية الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة

نظرا للنسق المتسارع للمتغيرات الاجتماعية والحضارية المرتبطة ارتباطاً

وثيقاً بالتقدم التكنولوجي أصبح الإعلام والاتصال من الأدوات الهامة التي تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل من أجل مصلحة الفرد والمجتمع ككل .

ويخاطب الإعلام عقول الجماهير ويعتبر أداة أساسية لنشر الثقافة وتنمية الفكر وتقديم الرأي الآخر . كما يساهم في محو الأمية ويلعب دوراً هاماً في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية والتربوية .

وقد سعت البلدان العربية إلى تطوير أنظمتها الإعلامية والاتصالية حيث استحدثت عديد المؤسسات داخل المجتمع كشاهد على درجة من التنظيم الواعي والاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وتوجيه الأنشطة لتحقيق الأهداف الوطنية . فظهرت بذلك وزارة الإعلام بعدد الأقطار العربية وانقسمت المجموعة العربية إلى بلدان محتكرة للمؤسسات الإعلامية وأخرى قبلت بإدراج القطاع الخاص في ملكية مؤسسات الإعلام . أمّا المجموعة الثالثة فقد اختارت النزعة الليبرالية وسيطر القطاع الخاص على معظم مؤسسات الإعلام المرئي والمسموع على غرار لبنان .

وتبعاً للتطور المؤسساتي للإعلام العربي وعلى ضوء ما أفرزته ديناميكية الصراع العربي الإسرائيلي من تطورات ، وبناء على ما أقرته المادة الثانية والمادة الرابعة من الميثاق^(١) حول تشكيل اللجان الدائمة في نطاق الجامعة العربية التي حملت تبعات القضية الفلسطينية السياسية والعسكرية والإعلامية بعد عام ١٩٤٨ ، تم إنشاء اللجنة الدائمة للإعلام العربي حيث

(١) الزبير ، سيف الإسلام . اللجنة الدائمة للإعلام العربي ما هي وكيف تعمل ؟
مجلة الدراسات الإعلامية العدد ٢٤ ، آذار ١٩٨٠ ص ٢ وما بعدها .

عقدت أول اجتماع لها عام ١٩٦٠ واستمرت في عقد اجتماعاتها على شكل هيئة خبراء للإعلام القومي منذ ذلك الحين وحتى اليوم .

ثم أنشأ مجلس وزراء الإعلام العرب وهو أعلى جهاز إعلامي عربي في نطاق الجامعة ويضم وزراء الإعلام في الدول العربية ووظيفته النظر في السياسة الإعلامية المشتركة وتحديد الركائز الأساسية لهذه السياسة .

وقد نتج عن إحداث مؤسسات جديدة تعدد الوظائف الاتصالية للإعلام العربي فبعد أن كانت وظيفة الإعلام في الوطن العربي تنحصر في الأخبار والتسليية ، اصطبغ الإعلام العربي اليوم بوظائف أخرى فأصبح يسمّى الإعلام السياسي ، والإعلام الحضاري والإعلام التنموي . . . إلخ ، وأصبحت له بذلك وظيفة سياسية ، اقتصادية تنمية ثقافية . . . إلخ .

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل أصبحت البلدان العربية تنادي بحرية الإعلام أي ضرورة عدم وقوع هذا الإعلام تحت أية تبعية .

وقد عرف ديننا الحنيف تلك الحرية من خلال آيات القرآن الكريم ومن خلال أحاديث الرسول ﷺ ومن خلال الوقائع والمواقف التي حدثت في عهد الخلافة الراشدة^(١) . لقد أسستها آية القرآن الكريم القائلة ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ ... ﴾ (سورة النساء) .

هنا وجدنا الأمر طاعة مقيدة بطاعة الله ورسوله . وقد بينت الآية الكريمة أنه من الممكن أن يقع خلاف في وجهات النظر بين الأفراد والجهاز

(١) حمد الدعيج ، عبد العزيز . الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض ص ٢٣٧ .

الحاكم وأنّ وجود مثل ذلك الأمر لا يتنافى مع الإسلام وكذلك مع فرضية الطاعة في أصلها^(١). وحرية الإعلام هي الدافع لتحقيق التنمية الشاملة بالبلاد وهي أداة جيدة تستفيد منها أجهزة الأمن لو أحسنت استغلالها. فيمكن القول إذا أنه دون إعلام إيجابي رشيد لن يكون هناك أمن حقيقي كما أنه بدون أمن وطيد يشاع في المجتمع فلن يتطور الإعلام. فالإعلام من حيث تأثيره في الأمن يمثل سلاحا ذا حدين : فهو من جهة عنصر فعال في استتباب الأمن وتوطيده كما أنه من جهة أخرى قد يكون أحد أهم عوامل الاضطرابات والانحرافات^(٢).

٤ . ٣ . ٢ علاقة الإعلام والاتصال بالمسائل الأمنية

أمام القدرة الفائقة لوسائل الإعلام والاتصال في توجيه فكر الإنسان ومشاعره وسلوكه يتبين لنا الدور الفاعل لوسائل الإعلام والاتصال في بناء توجهات الأفراد. من هذا المنطلق نستشف قيمة الإعلام والاتصال في توفير الأمن بمفهومه الشامل كالأمن السياسي والفكري والاقتصادي والغذائي والنفسي . . . إلخ.

وتقوم طبيعة العلاقة بين الإعلام والأمن على التأثير والتأثير. «فإذا كانت وسائل الإعلام والاتصال ملتزمة وبرامجه راشدة وغاياته نبيلة وأساليبه واعية وقادرة على توصيل الرسالة الخيرة استطاع بدون شك أن يسهم إلى حد بعيد في تكوين الإنسان الصالح في فكره وسلوكه وتوجهاته. والإنسان لبنة في بناء المجتمع فإذا كانت اللبنات صالحة صلح المجتمع

(١) نفس المصدر السابق ص ٣٧.

(٢) نفس المصدر السابق ص ٢٤٣.

واستقرت حياته وأمن أفراده على حياتهم وممتلكاتهم ومشاعرهم وعلاقاتهم وأوطانهم من الداخل وتوفرت لديهم القدرة على حماية أوطانهم وأنفسهم من التسلط الخارجي^(١). وقال تعالى : ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾ ﴿٨٢﴾ (سورة الأنعام).

والإعلام مطالب اليوم وأكثر من أي وقت مضى أن يعي ما يكتنف المجتمع من أخطار تهدد عقيدته وقيمه ووحدته وأمنه ويكشف دوافعها وغاياتها لتفادي عدم الاستقرار.

وقد عملت عديد البلدان العربية على تكريس هذه المبادئ على غرار الجمهورية التونسية والمملكة الهاشمية الأردنية والمملكة العربية السعودية وديد البلدان الخليجية الأخرى وغير الخليجية .

فالإعلام والاتصال يجب أن يملك التوجيه بمفهومه الشامل والتحذير بمعناه الواسع بحيث يكون أداة لتجنب الجريمة ولإصلاح المجتمع ووسيلة لترسيخ البعد الفكري، والديني والسياسي والاجتماعي والاقتصادي والحضاري .

فكريًا : يمكن للإعلام والاتصال ترشيد توجهات الأمة وحماية عقيدتها والمحافظة على وحدتها وتماسكها بمقاومة كل تيار منحرف قد يهدد هوية وأسس الأبعاد الفكرية للمجتمع .

دينيًا : يضطلع الإعلام والاتصال بدور توجيهي يحث أفراد المجتمع على احترام عقيدة الأمة وقيمها الإسلامية السمحة وبذلك يضمن أمن المجتمع واستقراره النفسي .

(١) العبدان، عبد الرحمن . العلاقة بين الإعلام والأمن : طبيعتها وأبعادها ص ١٢٩ - ١٣٠ .

اجتماعيًا: يلعب الإعلام والاتصال دورا هاما في الترابط الأسري
وبذلك يجنب المجتمع كل حالات التفكك والانحراف ويرسخ قيم التكافل
الاجتماعي .

سياسيًا : يضطلع الإعلام والاتصال بدور تكريس الضوابط التي أتت
في الآية الكريمة ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُوْبِي الْأَمْرَ
مِنْكُمْ فَإِن تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ ... ﴾ (سورة النساء) .

اقتصاديًا : يحاول الإعلام والاتصال تفسير الظواهر المرتبطة باقتصاد
الدولة وشرح الصراعات التي قد تنشأ في مجتمع ما وإيجاد الحلول لها
تفاديا للأزمات التي قد تكون سببا في انهيار النظام الاقتصادي وبالتالي
تقهقر التنمية الاقتصادية وتراجع نسق المنافسة الشريفة .

وأخيراً حضارياً: يعتبر مجال الإعلام والاتصال من المجالات التي
تساهم في دفع حركة الخلق والإبداع والمحافظة على القيم الحضارية لبلد ما
عبر الجهود التي تبذلها مؤسسات الدولة وعبر توعية أفراد المجتمع بأهمية
الموروث الحضاري في الارتقاء بالأمة .

ولإيجاد تناسق بين كل هذه الأبعاد وجب وضع استراتيجية عامة
للإعلام والاتصال تلتزم بها البلدان العربية الإسلامية من أجل إيجاد علاقة
أكثر متانة بين الإعلام والاتصال والمسائل الأمنية في هذه الأقطار .

٤ . ٣ . ٣ واقع صورة رجل الأمن في ظل النظام الإعلامي
والاتصالي العربي

«بما أن رجل الأمن هو المسؤول عن تطبيق القانون وحماية الأنفس

والأموال ، فإنّ ذلك يضعه في مواجهة مباشرة مع الجمهور وكلّ الأجهزة العدليّة . وهنا يكون رجل الأمن تحت مراقبة مستمرة لمسيرته في أدائه لذلك العمل والأساليب التي يتبعها للتنفيذ .

وكذلك لما كانت مهمة رجل الأمن تجعله دائماً في تصادم مع أشخاص أو جهات متعددة تقع في دائرة المحظور القانوني ، وأنها تنظر لرجل الأمن على أنه السلطة التي تحدّ من الحرية الشخصية التي يراها أو تحددها تلك الجهات أو أولئك الأشخاص ، ولما كان رجل الأمن أكثر قابليّة للانتقاد بحكم وضعه ذلك ، فكان أن أصبحت قضية تحديد المعايير المطلوبة في رجل الأمن أكثر إلحاحاً^(١) . لذلك تأتي أهمية هذا الجزء من الدراسة من تلك التحديات التي تواجه رجل الأمن في أداء واجبه .

فهذا العنصر الثالث من الدراسة الذي يركز على الاستراتيجية الإعلامية والاتصالية ، التي يمكن أن تعتمد كأداة للإرتقاء بصورة رجل الأمن في المجتمعات العربية ، إنّما هو عنصر أساسي ينطلق من طبيعة عمل رجل الأمن عامة ورجل الأمن العربي خاصة وذلك للتعرف على المواصفات الحقيقية المطلوبة في رجل الأمن وكذلك استجلاء المهام غير التقليدية التي يقوم بها جهاز الأمن ومحاولة تقييم شروط اختيار رجل الأمن حتى تتمكن من وضع استراتيجية إعلامية واتصالية تأخذ بعين الاعتبار كل تلك العناصر من أجل إبرازها وتحقيق رواجها إعلامياً . والهدف من كل ذلك كما أسلفنا الذكر هو محاولة تغيير بعض الجوانب السلبية في الصورة الذهنية التي يحملها المواطن عن رجل الأمن .

(١) مراد، فاروق عبد الرحمن . المعايير النموذجية المطلوبة لرجل الأمن ، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض ، ص ٢٤ .

وفي الحقيقة فإنّ المتتبع لمجرى التاريخ وأحداثه يلاحظ أن صورة رجل الأمن مرّت بعدة مراحل . فكانت تلك الصورة سلبية في فترة الهيمنة الاستعمارية إذ كان جهاز الأمن الأداة المنفذة لأوامر السلطة الاستعمارية التي اتسمت بالشدّة مما أدّى إلى انزالتها عن الجماهير .

وبعد فترة الاستقلال والتخلص من الحكم الاستعماري تسلم الحكم أبناء الوطن أنفسهم إلا أنّ دور الاستقلال في بدايته اتّسم بالتركة الثقيلة التي خلّفها الاستعمار والذي ترك سماته الواضحة على مجرى الحياة في هذه البلدان .

فقد سنّ الاستعمار القوانين والتشريعات وأقام المؤسّسات العسكرية المنفذة وأدخل مجمل ثقافته وعاداته وتقاليده في طرق عمل تلك المؤسّسات . وقد كانت الجماهير العربية تتوقّع بعد التخلص من الحكم الأجنبي الحصول على مكاسب اقتصادية واجتماعية وسياسية بصورة سريعة .

ونظراً للخطوات البطيئة التي اتّبعتها الحكومات الوطنية التي استلمت زمام السّلطة بعد انحسار الحكم الأجنبي في تحقيق هذه الخطوات فقد تولّد شعور سلبيّ لدى المواطن العادي تجاه السلطة الجديدة . وشعوره السلبي هذا انتقل إلى جهاز الشرطة باعتباره الجهاز المنفذ لقوانين وأنظمة وأوامر السلطة^(١) .

ومع مرور الأيام والسّنوات استطاعت القيادات الحديثة للشرطة في البلدان العربية محو آثار الماضي وتغيير صورة الفرد الشرطي بحيث أصبحت

(١) نفس المصدر السابق ص ٢٤ .

هذه الصورة أكثر إيجابية إذ استطاعت أجهزة الأمن العربية أن تصبح صديقة الجماهير تعمل من أجل رفع المظالم وبالتالي تستقي سلطتها من سلطة الشعب .

وبتطور التّسق السريع للمتغيرات الإجتماعية أصبح اليوم من الضروري التفكير في صيغة تضمن صيانة هذه الصورة من أجل الارتقاء بها ولعلّ الإعلام والاتصال هما إحدى الأدوات التي يمكن توظيفها من أجل الارتقاء بهذه الصور .

٤ . ٣ . ٤ المعايير النموذجية التي يمكن التّسويق لها إعلامياً من أجل الارتقاء بصورة رجل الأمن في المجتمعات العربية

سنحاول في هذا الجزء الأخير من الدراسة اقتراح أسساً استراتيجية إعلامية واتصالية تحاول التّسويق للمعايير النموذجية المطلوبة للارتقاء بصورة رجل الأمن . وإننا إذ نسعى إلى اقتراح الخطوط العريضة لهذه الاستراتيجية فإننا لا ندعي بأي حال من الأحوال أننا وضعنا يدنا على كل المعايير .

وتقوم هذه الاستراتيجية الإعلامية الاتصالية على الاستخدام المنظم والمبرمج لوسائل الإعلام مقروءة كانت سمعية بصرية أو إلكترونية على غرار الإنترنت ، قصد الترويج والتسويق للمعايير التالية التي بإمكانها النهوض بصورة رجل الأمن^(١) .

— الشخصية :

إن لشخصية رجل الأمن دوراً مهماً في مدى تقبّل الجمهور له وبالتالي

(١) بعض المعلومات مستقاة من . المعايير النموذجية المطلوبة لرجل الأمن ، المصدر السابق ص ٢٤ و ما بعدها .

حضور صورة ذهنية جدّ إيجابية لدى هذا الجمهور عن رجل الأمن .
فالشخصية القويّة المهابة بغير تعنّت والمشعّة قوة ومهابة بدون خوف أي التي
تدعو للاحترام أكثر من الخوف هي التي يجب أن تميّز رجل الأمن . فحزم
رجل الأمن في أداء مهامه وضبط نفسه وعدم اندفاعه ، من المعايير التي
يجب أن تميّز صورة رجل الأمن .

– صفتي الحلم والصبر :

يجب على رجل الأمن أن يكون حليماً وصبوراً وواسع الصدر ، رحيماً
بالضعفاء والمساكين والمظلومين ، شديداً ، قويا مع المجرمين والمرتدين ،
كتوما لما يصله من معلومات ومحافظاً على سرّ المهنة ، عادلاً ومحايداً في
تعامله ، بعيداً عن مواقع الشبهات ومخالفة القانون .

– متعدّد الاختصاصات وملماً بالتطورات العلميّة :

يجب على رجل الأمن أن يكون متعدّد الاختصاصات وعلى علم
بالتطورات العلميّة فليس من الضروري أن يكون رجل الأمن طبيباً أو
مهندساً أو محامياً أو قاضياً ، ولكن عليه أن يكون على اطلاع على الطبّ
الشرعي وعلى بعض القوانين أو بالجوانب الجغرافيّة للمنطقة التي يعمل بها
. . . إلخ ، كما أنّه عليه أن يثبت قدرة على إمامه بكلّ التطوّرات العلميّة
المستحدثة مثلاً في مجال الجريمة وعديد المجالات الأخرى .

– التدريب المتخصّص :

إنّ التخصّص في التدريب يفرض نفسه اليوم كعامل من عوامل تكوين
صورة متطوّرة لرجل الأمن العربي . فنظراً للتطوّر العلمي السريع أصبح
من الضروري إخضاع رجل الأمن العربي لعديد الدورات التدريبية قصد

الرّسكلة (إعادة التأهيل لمواجهة المتغيرات ومواكبة التطورات) ومضاهاة رجل الأمن الغربي ممّا يكسب رجل الأمن العربي صورة عصريّة .

– المظهر الخارجي :

ترتبط شخصيّة رجل الأمن بمدى تقدير الجمهور له . والمظهر الخارجي لرجل الأمن يعطي صورة إيجابيّة أو سلبية عن هذا الأخير لذلك وجب التركيز على اللباس المنتظم لرجل الأمن بما لذلك من أثر في نفوس الجماهير .

– تفاعل رجل الأمن مع الجمهور :

إن أهميّة الاحتفاظ بعلاقات جيّدة ومتطورة مع الجمهور من شأنه أن يضمن علاقة طيبة بين رجل الأمن من جهة والجمهور من جهة أخرى . فرجل الأمن عليه التفاعل مع كل قضايا الجمهور بحيث يؤثر في ذلك الجمهور ويتأثر به ويكون بذلك جزءاً لا يتجزأ من المجتمع المحيط به .

– الاخلاص والتضحية :

إن التفاني في العمل والإخلاص والتضحية من أهم مميّزات الشرطي المثالي وهذه المميّزات تخدم فرضيّة وجوب تسويق صورة جدّ إيجابيّة في المجتمعات العربيّة .

إنّ كلّ المعايير الأنفة الذكر التي تناولناها بالتحليل هي التي يمكن أن تؤسّس للاستراتيجية الإعلامية والاتصالية التي يمكن تبنيها على مستوى البلدان العربيّة والتي يجب التسويق لها والإقناع بها عبر مختلف وسائل الإعلام المكتوبة والسمعيّة البصريّة والإلكترونيّة من خلال أحداث مواقع الواب التي تعنى بالترويج للكفاءات الأمنيّة بالبلدان العربيّة عبر إبراز الصورة العصريّة لرجل الأمن العربي .

هذه الاستراتيجية يجب أن تأخذ بعين الاعتبار الأبعاد السياسيّة والجغرافيّة والسكانيّة لكلّ بلد عربيّ ومراعاة الاختلافات الخاصة بهذه المجتمعات بحيث تقع ملاءمة وسائل الإعلام مع طبيعة الظواهر والقيم الاجتماعيّة السائدة بشكل مرّن يمكن معه مسايرة التطورات العصريّة والخطة الإنمائيّة العامّة لكلّ بلد عربيّ .

إن الترويج الجيّد للمعايير التي تناولناها بالتحليل ، عبر وسائل الإعلام والاتصال سيساهم بالتأكيد في توسيع مدارك الأفراد وتقريب المسافة بينهم وبين رجل الأمن . ولعلّ استثمار كلّ السبل والوسائل المتاحة وخاصة أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة والالكترونيّة في نشر الوعي بين المواطنين وتعزيز احساسهم بضرورة المشاركة الفعلية في حفظ الأمن والتصديّ للخارجين عن القانون في مجتمع القيم الإسلاميّة السمحة سيساعد على تطبيق الاستراتيجية الإعلامية والاتصالية التي تعمل من أجل الارتقاء بصورة رجل الأمن .

هذه الاستراتيجية يجب أن تستجيب كذلك لأسس الاستراتيجية الأمنيّة العربيّة التي أقرّها مجلس وزراء الداخلية العرب في دورته الثانية ، والتي أكدت على «تحصين المجتمع العربيّ ضدّ الجريمة بالقيم الأخلاقيّة والتربويّة النابعة من أحكام الشريعة الإسلاميّة بما يعصم هذا المجتمع من الزلل والانحراف ويحول دون تأثره بالتيارات الفكرية المشبوهة والأنماط السلوكيّة المنحرفة الوافدة»^(١) .

(١) الجحني ، علي فايز . علاقة الإعلام بالمسائل الأمنيّة في المجتمع العربيّ ، نشر دار النشر بالمركز العربيّ للدراسات الأمنيّة والتدريب بالرياض ص ١١٩ .

ورجل الأمن هو الضامن لتكريس هذه الاستراتيجية ، كما أن تكثيف استخدام وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمطبوعة وكذلك وسائل الاتصال الحديثة في إيجاد وعي عام ضد التيارات الفكرية والمشبوهة والانحرافات السلوكية الوافدة وجميع صور الانحرافات الأخرى (خاصة ونحن نعيش اليوم مواجهة ضد الإرهاب) وترسيخ القناعة بضرورة التمسك بالقيم الروحية والأخلاقية والتربوية المثلى مع التشجيع على نشر الثقافات المستمدة من التراث الإسلامي العربي الأصيل^(١) من شأنه أن يساعد على تطبيق الاستراتيجية الإعلامية والاتصالية للارتقاء بصورة رجل الأمن .

وبعد إن الارتقاء بصورة رجل الأمن العربي عمل يتطلب التمحيص والبحث عن المعايير النموذجية التي من شأنها تطوير هذه الصورة - وتتأثر هذه المعايير النموذجية بجملة التقاليد والقيم الخاصة بالمجتمع العربي - وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التركيز على دور رجل الأمن في مجال التنمية ثم البحث في المعايير النموذجية التي يمكن اعتمادها للارتقاء بصورة رجل الأمن عبر تحديد أسس استراتيجية إعلامية واتصالية لتسويق هاته الصورة ويبدو لنا أن عملية «صيانة» صورة رجل الأمن العربي تتطلب إحداث جهاز متكامل على مستوى البلدان العربية يعنى بدراسة تطوّر هذه الصورة الذهنية التي يحملها الشارع العربي عن رجل الأمن باعتماد الدراسات العلمية الميدانية وغير الميدانية .

ويكون دور هذا الجهاز الإشراف العام على عناصر التخطيط

(١) الجحني ، علي فايز . لمحات في التخطيط الاستراتيجي : رؤية أمنية . مصدر سابق ص ٢٢١ .

الاستراتيجي لدراسة تطوّر صورة رجل الأمن واستيعاب واستلهام الخطوط العريضة له التي تتلخّص فيما يلي^(١) :

- تحديد واضح ومتكامل للأهداف (Clear Objectives) التي يسعى الجهاز إلى بلوغها .

- توفير المعلومات والبيانات اللازمة والموثوقة مع الإلمام بالعوائق والملازمات التي يمكن أن تحول دون بلوغ الأهداف المنشودة والعمل خطوة بخطوة على تحليلها والوقوف على طبيعتها وأبعادها .

- التعرف السليم والواضح على كافة الإمكانيات المتاحة والتي يجب فعلاً توفرها ضماناً لتحقيق الهدف المقصود .

- التعرف الدقيق على العناصر البشرية ومتطلبات تأهيلها وتدريبها لتصبح قادرة على تنفيذ أهداف الاستراتيجية بكفاءة واقتدار على الصعيدين الفكري تصوّري والتطبيقي العملي .

- تكوين جماعات العمل المطلوبة التي تعمل على تمثيل أدوار متعدّدة ووجهات نظر مختلفة على طريقة السيناريو أو المباريات للوقوف على التفاعلات وأبعاد التطبيق في ضوء ظروف الزمان والمكان وأوضاع البيئتين الداخليّة والخارجيّة وقياس النتائج المتوقّعة .

- التلازم الوطيد والتفاعل بين مخطّطي الاستراتيجية ومنقّديها على ساحة الواقع .

- توضيح النفقات المالية الخاصة بتنفيذ الخطة مع التزام الحذر والمرونة اللازمة لمواجهة المستجدات .

- تحديد الزمن الكافي لتنفيذ أجزاء الخطة .

(١) المصدر السابق ص ٢٢١ .

- التنظيم المستمر لكل ما يتم إنجازهُ والتحقّق من فعاليّته .
- المتابعة الدائمة من خلال هذا الجهاز المتكامل للتحقق من أنّ الخطة تسير في مسارها الصحيح ومطابقة للأهداف المرسومة .
- حسن اختيار المخطّطين الاستراتيجيين علميا وعقليا وفكريا .
- وتباشر عمليات التخطيط الاستراتيجي عبر حلقات ومراحل متداخلة ومترابطة منها :
- المرحلة البنائية والمستقبلية أي بناء الخطة الاستراتيجية البناء العلمي
- المدرّوس في ضوء التعمّق في المستقبل واحتمالاته .
- المرحلة التسويقية والاقناعية .
- المرحلة التنفيذية والمتابعة .
- المرحلة التقييمية أو المعيارية .

أما شروط نجاح الجهاز الذي أشرنا له في بداية الخاتمة في دوره التخطيطي الاستراتيجي فتكمن في إحداث التحوّل في تقبّل هذا المفهوم وفي الوقت نفسه إدراك مفهوم وأبعاد التفويض ، وتوزيع الصلاحيات — وبدون ذلك لن يحقّق التخطيط الاستراتيجي أهدافه ، وثاني تلك الشروط هو تبني التقنيات الإدارية الحديثة في صناعة واتخاذ القرارات اللامركزية ، وثالثها يتمثل في العمل الجماعي والمشاركة في تجديد وتحديث الخطة السنوية . وبدون هذه الأبعاد الثلاثة فإنّ مفهوم التخطيط الاستراتيجي سيبقى حبراً على ورق^(١) .

(١) عبد اللطيف المنيف ، إبراهيم . استراتيجية تطوير قطاع الأعمال العربي . الرياض دار العلوم للطباعة والنشر . ١٩٩٢ . ص ٧٢ .

المراجع

الجحني، علي فايز. لمحات في التخطيط الاستراتيجي: رؤية أمنية، المجلة العربية للدراسات الأمنية، العدد ٢ ص ٧٠٢، نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

_____ . علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي، نشر دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

الدعيج، حمد عبد العزيز. الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

الزبير، سيف الإسلام. اللجنة الدائمة للإعلام العربي ماهي وكيف تعمل؟ مجلة الدراسات الإعلامية العدد ٢٤، آذار ١٩٨٠م.

العبدان، عبد الرحمن. العلاقة بين الإعلام والأمن: طبيعتها وأبعادها. العلمي، يحيى. خلق رجل الأمن العربي، آراء في الإعداد النموذجي لرجل الأمن، ص ٤١، نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

عوض، محمد هاشم. اقتصاديات التحول الاجتماعي في الوطن العربي مختصر الدراسات الأمنية للمركز العربي للدراسات الأمنية بالرياض الجزء الثالث.

الكيلاني، إبراهيم زيد. القيم الأخلاقية لرجل الأمن بين حقوق الفرد ومصصلحة المجتمع، نشر المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض.

مجمع اللّغة العربيّة، المعجم الوسيط ، الجزء الأوّل ، مادّة شمل ، القاهرة ، ١٩٦١ م .

مراد ، فاروق عبد الرحمن . المعايير النموذجية المطلوبة لرجل الأمن ، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض .

مصطفى ، محمود . الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن ، دار ومطابع الشعب ، الطبعة الأولى القاهرة ١٩٦٣ م .

مقدمة العلامة عبد الرّحمن بن خلدون ، المكتبة التجارية الكبرى ، القاهرة .

المنيف ، إبراهيم عبد اللطيف . استراتيجية تطوير قطاع الأعمال العربي ، الرياض دار العلوم للطباعة والنشر ، ١٩٩٢ م .

نافع ، محمد عبد الكريم . الأمن القومي ، القاهرة دار الشعب للنشر والطباعة ١٩٧٢ م .

الإعلام الأمني والعلاقات العامة في مجال الشرطة

أ.د. علي سيد إبراهيم عجوة

٥ . الإعلام الأمني والعلاقات العامة

في مجال الشرطة

٥ . ١ مفهوم الإعلام الأمني

٥ . ١ . ١ الإعلام والدعاية

يختلف المفهوم العام للإعلام عن المفهوم التخصصي الدقيق الذي يعرف به الباحثون العمليات الإخبارية، التي تتسم بالدقة والموضوعية والحدائثة والأهمية لقطاعات المجتمع الواسعة، أو لأحد هذه القطاعات ويفصلون بينه وبين الأنشطة التأثيرية الموجهة في مجالات الإقناع المختلفة .

أما المفهوم العام للإعلام كما يعرفه غير المتخصصين فيشمل أنشطة الاتصال الجماهيري التي تتم من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، الصحافة والراديو والتلفزيون والتي انضمت إليها في أواخر هذا القرن شبكات المعلومات القومية والدولية . وقد اصطلح على تسمية الوسائل الثلاث الأولى مضافاً إليها وكالات الأنباء بوسائل الإعلام أو وسائل الاتصال الجماهيرية . أما شبكة الإنترنت أو غيرها من الشبكات القومية أو العالمية التي تعتمد على وجود أجهزة الحاسبات Computers لدى المشتركين، فتسمى بشبكات المعلومات .

ومن الثابت لدى الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية أن هذه الوسائل بشقيها الجماهيري والبرامجي (المرتبط بالحاسبات) لا تقتصر

وظائفها على الجانب الإعلامي بالمفهوم التخصصي الذي يعرف به الباحثون العمليات الإخبارية البحتة والمفترض أن يكون لها تأثير على من يتعرض لها من الأفراد أو الجماعات . وهذا التأثير من النوع التلقائي الطبيعي غير المقصود وغير المخطط وغير الموجه . فهو تأثير الحدث على من يشاهده أو يسمع عنه والذي يختلف من شخص إلى آخر ومن مجتمع إلى غيره حسب تأثير هذا الحدث على مصالحه أو اهتماماته الإنسانية أو ميوله واتجاهاته في وقت معين .

وكما قال العلامة الألماني أوتوجروت Ottogrott «الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت» .
ومن هنا يكون التعريف العلمي الدقيق للإعلام هو نقل الحقائق والمعلومات الجديدة التي تهتم أكبر عدد من الناس بطريقة موضوعية دقيقة وسريعة أو فورية كلما كان ذلك ممكناً أو ضرورياً .

وعلى ذلك ينبغي أن يتوافر في الإعلام الشروط الثلاثة التالية :

- ١ - الموضوعية أو الدقة الكاملة .
- ٢ - الحداثة أو الجدة أو الآنية كلما كان ذلك ممكناً أو ضرورياً .
- ٣ - الضخامة أو الأهمية لأكثر عدد من الناس .

وتتفاعل هذه الشروط لتضع أولويات النشر أو البث ومكانه بالنسبة لما اصطلاح على تسميته بوسائل الإعلام والتي قلنا إنها لا تؤدي دوراً إعلامياً فقط وإنما تؤدي بالإضافة إلى ذلك أدواراً أخرى أبرزها وأهمها الدور الاقناعي أو التوجيهي أو التأثيري الموجه والمخطط والمقصود والذي يطلق عليه اصطلاحاً علمياً يعرف بالدعاية .

وتوضيح مفهوم الدعاية من الناحية العلمية يمكن أن يلقي الضوء على سبب الاختلاف بين المتخصصين وغير المتخصصين حول مفهوم الإعلام. فالدعاية كما عرفتها في كتابي «الأسس العلمية للعلاقات العامة ١٩٧٧»:

هي تلك الجهود المقصودة للتأثير في الغير لإقناعه بفكرة أو رأي، أو كسب تأييده لقضية أو شخص أو منظمة، أو تغيير الآراء والاتجاهات السائدة نحو قضية معينة أو شخص أو منظمة بهدف تغيير سلوك الأفراد والجماعات، أو خلق أنماط جديدة من السلوك. وتعتمد أحداث التأثير هنا شرط أساسى لوجود الدعاية. فأى رسالة لها تأثير حتى ولو كانت إعلاماً لأن الرسالة الإعلامية هي تعبير عن فعل حدث، وأي فعل له رد فعل طبيعي. ولكنه يختلف عن رد الفعل المخطط لإحداثه عن طريق الرسالة التي تستهدف إحداث تأثير محدد.

والدعاية بهذا المفهوم هي ظاهرة اجتماعية ارتبطت بنشأة المجتمعات فمنذ الأزل كان هناك دائماً أفراد يبغون إشراك غيرهم فيما يرونه من أفكار ومتعقدات، أو التأثير عليهم لممارسة أنماط معينة من السلوك. وقد اختلفت أساليب التأثير هذه بين مخاطبة العقل أو الغرائز، وبين الاعتماد على الصدق والحقائق أو الكذب والأوهام. وهذا هو جوهر الخلاف في التعريفات التي قدمت للدعاية. فقد عرفها العالم الأمريكى ليونارد دوب (Doob) بأنها: «محاولة التأثير في شخصيات الأفراد والسيطرة على سلوكهم لأغراض تعتبر غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما في وقت معين» وهذا لا يكون إلا في المجتمعات البدائية التي لم تنل حظها من التعليم، أو عند الأطفال الذين لم تتسع مداركهم للبحث والدراسة المنطقية، أو حينما

يكون في وسع الداعية أو يعزل الأفراد والجماعات عن مصادر التأثير الأخرى .

ورغم أن جاك Driencourt درينكورت يرى أن «كل شيء دعاية» لأن كل شيء في المجالات السياسية والاقتصادية يبدو مرتبطاً بهذه القوة التأثيرية ، إلا أنه لم يعتبرها شراً خالصاً فهي كما تستخدم في الخداع أو التضليل قد تستخدم أيضاً في تحرير الأوطان وخدمة قضايا الإنسانية وقد كان استخدام هتلر وموسوليني وغيرهما من الطغاة للدعاية في تضليل شعوبهم وقيادتها إلى مصير غير مأمون سبباً من أسباب تشويه الكلمة وتغيير دلالتها حتى أصبحت بعض الدول تسمي دعائيتها إعلاماً . وأخذ بهذا التفكير بعض الدارسين بينما أخذ البعض الآخر بفكرة تعدد أنواع الدعاية والتمييز بين هذه الأنواع على الأسس التالية :

١- الدعاية البيضاء : وهي التي تخاطب العقل والعواطف السامية وتعتمد على المنطق في عرض الحقائق وتكشف عن مصدرها واتجاهها وأهدافها .

٢- الدعاية السوداء : وتلجأ هذه الدعاية إلى مخاطبة الغرائز والانفعالات وحشد الأكاذيب والأوهام دون أن تكشف عن مصدرها أو تحدد اتجاهها أو أهدافها . ومثال ذلك الإذاعات السرية والشائعات وحملات الهمس والكتابة في الصحف بأسماء وهمية والمطبوعات التي لا تحدد جهة إصدارها .

٣- الدعاية الرمادية : وهي أكثر ذكاء من الدعاية السوداء ، وأكثر منها خطراً لأنها تستند إلى بعض الحقائق التي لا يمكن إنكارها ، وتضيف إليها بعض الأكاذيب بحرص شديد وترتبها ترتيباً مغرضاً بحيث يصعب على

القارىء غير المدقق اكتشاف ما فيها من تضليل وخداع . كما أنها تخلط بين مخاطبة العقل والغرائز ، وتكشف عن مصدرها في الوقت الذي يظل فيه اتجاهها ونواياها غامضة على الجمهور أو مضللة له .

والدعاية الحديثة تعتمد على عدة علوم في مقدمتها العلوم النفسية والاجتماعية والاثربولوجية بالإضافة إلى علوم الاتصال واللغة ثم السياسة والاقتصاد والتاريخ وتستفيد من التطور الذي تحققه هذه العلوم . وقد مضى الوقت الذي كانت فيه الدعاية مرتبطة بمهارة شخصية أو إلهام فردى أو حيل ساذجة .

وأصبحت الدعاية الآن مرتبطة بالتطور العلمي والدراسة العلمية ، كما يتضح مما يلي :

١- تقوم الدعاية الحديثة على التحليل العلمي النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات ، وقد أصبح الداعية يستخدم أساليبه في التأثير معتمداً على دراسة الإنسان : حاجاته ، ورغباته ، وميوله ، واتجاهاته ، وسلوكه آخذاً في اعتباره تأثير الجماعات المرجعية ، وقادة الرأي ، وثقافة المجتمع الذي وجه إليه دعايته بكل ما تعكسه من ظروف بيئية متميزة .

٢- وصلت الدعاية الحديثة إلى مجموعة من القواعد العامة نتيجة للاختبارات التي مرت بها في الماضي والدراسات التجريبية المعملية والميدانية . وقد أصبح من الممكن لأي فرد لديه قدر معين من الاستعداد أن يطبق هذه القواعد بعد دراستها والتدريب عليها وذلك يدل على أننا بصدد فن يعتمد على أساس علمي .

٣- تزايد الاهتمام بالتحكم في استخدام الدعاية وقياس نتائجها وتحديد آثارها ، فلم يعد الداعية يعتمد على الحدس أو التخمين في تحديد النتائج التي حققها ،

بل أصبحت هناك وسائل علمية للقياس الدقيق مع أخذ كافة المتغيرات في الاعتبار حتى لا يخدع الداعية بنتائج لم يكن له فضل في تحقيقها .

ويرى البيج Albig أن الدعاية لا يمكن أن تكون علماً لأن مجال تطبيقها لا يقبل التعميمات الثابتة أو العوامل الجامدة ، كما يرى جاك إيلول Ellul إن الدعاية فن أكثر من كونها علماً ، ولكنها فن حديث بمعنى أنها تقوم على فرع أو أكثر من فروع العلم

ومن العرض السابق للمفهوم العلمي للإعلام والدعاية يتضح أن الفارق الأساسى بينهما يتمثل في التوجه أو النوايا ومن ثم التأثير المستهدف من الرسالة في الحالتين . فالتوجه الإعلامى توجه موضوعى يرتبط بالأحداث الهامة الجديدة والتي تحدث نوعاً من التأثير لدى الجمهور الذي يتعرض لها قد يختلف من شخص إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى . أما التوجه الذي يسيطر على فكر الداعية فهو التأثير على نحو معين يقصد ويسعى إليه هذا الداعية أو من يمثله ، ومن ثم فالإعلام له تأثير وكذلك الدعاية ولكن تأثير الإعلام تلقائى طبيعى «رد الفعل للفعل» أما تأثير الدعاية فمخطط ومقصود ويسعى إلى توجيه الجماهير بشكل معين يراه الداعية مناسباً لاهتماماته أو مصالحه أو لما يرى أنه يتفق مع مصالح هذه الجماهير واحتياجاتها .

ولكى يكتمل العرض العلمي لوظائف ما اصطلاح على تسميته بوسائل الإعلام نقول أنه بالإضافة إلى وظيفتى الإعلام والدعاية هناك وظائف الإعلان الذي يسعى إلى الترويج المدفوع للسلع والخدمات والأفكار وكذلك وظيفة التسلية والترفيه التي تكون بغرض التسلية والامتع حيناً أو بغرض الدعاية والتنشئة الاجتماعية أحياناً أخرى .

وفي جميع الأحوال تكتمل منظومة هذه الوظائف وتتفاعل لتحقيق ما يسعى إليه أي مجتمع من شعور بالانتماء إلى ارض ، وإلى قيم ، وإلى ثقافة وإحساس بالولاء لنظام يحكم هذا المجتمع ويحمى مصالحه ويحافظ على وحدته ويحدد أهدافه العامة وتوجهاته نحو المستقبل .

واكتمال هذه المنظومة من الوظائف أو تكاملها في الحاضر والمستقبل هو الذي يحقق التوازن والأمان النفسي والاجتماعي ، ويشكل الاطار الثقافي الذي يوجه سلوكيات أفراد المجتمع .

ويطلق غير المتخصصين على هذه المنظومة «الإعلام والدعاية والإعلان والترفيه والتنشئة الاجتماعية» مصطلحاً عاماً تم نحته من المسمى الشائع لوسائل البث الجماهيري أو وسائل الاتصال الجماهيري أو وسائل الإعلام وهو مصطلح الإعلام .

أما نحن المتخصصين فحينما نتحدث عن عناصر هذه المنظومة فنحرص على تناول كل عنصر من عناصرها الفاعلة والمؤثرة في أي مجال من المجالات بشكل منفصل لكي نحدد الأدوار بشكل تفصيلي دقيق .

ونبدأ في مجالنا هذا بالإعلام الأمني بالمفهوم التخصصي الدقيق لنحدد مفهوم الإعلام وأدواته ومدى ارتباطه بمنظومة الاتصال الشامل لخدمة أهداف المجتمع وتوجهاته في الحاضر والمستقبل .

٥ . ١ . ٢ مفهوم الخاص للإعلام الأمني

يشمل الإعلام الأمني المعلومات الكاملة والجديدة والهامة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق والأوضاع والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره ، والتي يعتبر إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم

الإعلامي ، كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها يعتبر نوعاً من التأثير المقصود والموجه لخدمة أهداف معينة ، قد تكون في بعض الأحوال نبيلة ومنطلقة من المصلحة القومية ، ولكنها في النهاية ليست إعلاماً بالمفهوم العلمي ، وإنما هي نوع من الدعاية البيضاء ، اصطلح بعض الباحثين على إطلاق مصطلح التوعية Awareness عليه ، وهذا المصطلح يقتصر على الوظيفة الإدراكية التي ينبغي أن يتلوها وظائف أخرى هي إثارة الاهتمام interest والتقييم Evaluation والتجريب أو المحاولة Trial وأخيراً الممارسة أو التبنى الكامل للفكرة المطروحة وذلك في إطار دراسات التبنى Adoption Studies التي ارتبطت بعمليات انتشار الأفكار المستحدثة .

والإعلام الأمني لا يكفي بهذا المفهوم لتحقيق الاستقرار والأمان للمجتمع ، لأن حالة الاستقرار تتطلب نوعاً من السلوك واليقظة والتعاون من جانب الجماهير مع رجال الأمن . ولا يمكن أن تتحقق من خلال رد الفعل التلقائي الطبيعي الذي يصدر عن هذه الجماهير في أعقاب الأحداث أو المشكلات التي تهدد أمن المجتمع واستقراره . أو من خلال عرض القوانين الجديدة أو تقديم بعض الحقائق الأمنية المرتبطة بأمن المجتمع وسلامته .

ومن هنا كان لابد من الاعتماد أكثر على فنون اتصالية أخرى إلى جانب الإعلام لخلق حالة من التأهب والاستعداد لدى الجماهير للسلوك الإيجابي الفعال في مواجهة محاولات الاعتداء على الاستقرار والأمن أو تهديدهما بأي شكل من الأشكال . وهذه الفنون الاتصالية تشمل التوعية وتكوين الاتجاهات أو تعديلها ، والاقناع بسلوكيات إيجابية في مواجهة الجريمة وهذه الفنون تندرج جميعها تحت مظلة الدعاية البيضاء التي تسعى لحدوث تأثير مقصود وموجه لصالح قضية الأمن في المجتمع .

وإذا كان تعبير الدعاية قد داخله بعض الشكوك نتيجة لممارسات سلبية جلبت الدمار والخراب لبعض المجتمعات كما حدث لمانيا في عهد هتلر ووزير دعايته جوبلز، وموسوليني في إيطاليا وستالين في الاتحاد السوفيتي، فإن استخدام تعبيرات مختلفة في مجال الاتصال بالجمهور كالأعلام أو التوعية أو الاقناع أو غير ذلك من مصطلحات لا تعبر بدقة عن طبيعة العملية الاتصالية، نقول أنه لا غضاضة في هذا الاستخدام على المستوى الجماهيري دون أن يمتد ذلك إلى المستوى العلمي المتخصص الذي ينبغي أن يلتزم بالمفاهيم العلمية الدقيقة في البحث والتخطيط وصولاً إلى الإنتاج الفعال والمؤثر الذي يستهدف المحافظة على أمن المجتمع واستقراره.

٥ . ١ . ٣ التوعية الأمنية

تستهدف إثارة الوعي لدى الجماهير بأي مشكلة أو قضية خلق الإحساس بهذه المشكلة أو القضية ووضعها في منطقة الشعور بالنسبة للفرد غير الواعي بهذه المشكلة رغم إحاطتها به إحاطة السور بالمعصم . ويسمى علماء النفس هذه العملية بالإدراك ويرتبط الإدراك Perception ارتباطاً وثيقاً بالأفكار السابقة التي ترسبت في ذهن الفرد بصورة لا يستطيع غالباً أن يتتبع بدايتها ولا تطورها ولا مصادرها . ورغم ما تحققه هذه الخاصية من سهولة التواصل بين الناس ، إلا أنها تتضمن جانباً ضاراً في عملية الإدراك . فهي تعوق الذهن عن إدراك ما هو جديد فيما يقدم إليه أو تجعله يدرك الشيء الجديد بشكل مشوه لا يتفق ومقتضى الحال ، فيتلقى الذهن ما يقدم إليه باعتباره يندرج تماماً تحت مجموعة الأفكار السابقة التي يعيها ، أو منتمياً إلى نوعها انتماءً يكاد يكون تاماً .

ويرى مصطفى سويف أن عملية الإدراك هي في جوهرها اعطاء معنى

لعناصر حسية واردة علينا واعطاء المعنى هو النتيجة التي تبرز في شعورنا بعد مجموعة من العمليات العصبية التي تتم غالباً بعيداً عن مستوى تنبهننا ويقتننا ، وتدور حول تنظيم تلك العناصر الحسية بمحاولة ادماجها في التنظيمات (أو ما نسميه عادة بالأطر الذهنية) المترسبة في نفوسنا أثناء خبراتنا الإدراكية السابقة .

وتلعب وسائل الإعلام دوراً أساسياً في خلق الإحساس لدى الأفراد بما يدور حولهم في هذا العالم وزيادة قدرتهم على التقمص الوجداني Empathy أي تخيل الفرد لنفسه في ظروف الآخرين . ومن ثم فإن التجارب غير المباشرة التي تقدمها وسائل الإعلام عن ما يجرى من أحداث أو حتى ما تزخر به الأعمال الفنية (المسلسلات والأفلام وغيرها) من تجارب واقعية أو غير واقعية يمكن أن يثير الانتباه لدى الأفراد ويحفزهم إلى التفكير في امكان تكرار هذه التجارب معهم إذا لم يتخذوا الاحتياطات الأمنية المناسبة .

وهذا يوضح الامكانات الهائلة لوسائل الإعلام في التوعية الأمنية سواء كان ذلك بشكل مباشر من خلال عرض ما يجرى من احداث وتفسيره والتعليق عليه ، أو بشكل غير مباشر من خلال الأعمال الدرامية التي تستهدف تقديم الخبرات والتجارب إلى أفراد المجتمع وتجسيدها في صور تكاد تكون واقعية لتسهيل عمليتي التخيل والتذكر عندهم .

وفي بعض الحالات تكون الدراما اشبه بصرخة مدوية سريعة التنبيه إلى الآثار المترتبة على ظواهر انحرافية عارضة «كالإرهاب أو عبادة الشيطان» أو الإدمان «مثلاً فيلم القتل اللذيذ أو مسلسل العائلة أو غيرها من الأفلام والمسلسلات التي تعالج القضايا الاجتماعية الهامة .

فالدراما تجسد المعانى والسلوكيات والأخطار في مواقف يسهل استيعابها وتذكرها ومحركاتها وتبنيها بشكل كامل في نهاية الأمر بشرط أن تكون المعالجة جيدة نصاً واداءً، وضوحاً وتشويقاً.

٥ . ٣ . ٤ الإقناع بالسلوك الأمني

إذا كان الإعلام الأمني والتوعية الأمنية هما جناحاً استراتيجيتية التنوير التي تعتمد عليها المجتمعات في مواجهة العمليات والظواهر الاجرامية ومنع وقوع الجرائم كلما كان ذلك ممكناً فإن الإقناع بالسلوك الأمني يتطلب اتباع استراتيجيتين أساسيتين هما:

١- استراتيجية التغيير : وتتمثل في تغيير السلوك السلبي إلى سلوك ايجابي يتبنى المواقف الأمنية التي تحقق الأمن والاستقرار للفرد والجماعة .

٢- استراتيجية المشاركة : وتتمثل في الحث على التعاون مع الأجهزة الأمنية من ناحية والأفراد الآخرين إذا تطلب الأمر ذلك في مواجهة المتطلبات الأمنية ومساعدة الشرطة في التصدي للجريمة وكشف مرتكبيها .

وتأخذ هاتان الاستراتيجيتان بالمدخل الاقناعية المباشرة وغير المباشرة، العاطفية والمنطقية، القائمة على الترغيب أو التخويف بمستوياته الثلاثة، البسيط والمعتدل والشديد طبقاً لمتطلبات الموقف، وذلك من خلال البرامج الحوارية أو الدرامية لتحقيق التأثير المنشود من الاتصال الاقناعي .

٥ . ٣ . ٥ التكامل بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية

إذا كان الاستقرار الأمني وحماية المجتمع من الجرائم بشتى أنواعها يعتبر هدفاً قوياً تسعى إليه مؤسسات الدولة والأفراد على حد سواء فمن

الضروري أن تنسق الجهود وتتكامل الإمكانيات لتحقيق هذا الهدف الأساسي الذي يأتي في مقدمة الأهداف العامة للمجتمع .

وإذا كان الإعلام الأمني هو في الأساس أحد شرائح الإعلام التي تهتم المجتمع بأكمله والتي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام باقتدار وكفاءة عالية ، فإن قيام الأجهزة الأمنية في المجتمعات المختلفة بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام في تحقيق هذا الدور يأتي في مقدمة أولويات التعاون بين الطرفين .

فمن الطبيعي أن تحرص وسائل الإعلام على استقاء المعلومات من مصادرها الأصلية في الأجهزة الأمنية وأن نتحرى ما يصل إليها من معلومات من خارج هذه الأجهزة ، وأن تناقش وتحلل هذه المعلومات وصولاً إلى الحقيقة التي تهتم المجتمع كله . وكذلك ينبغي على الأجهزة الأمنية أن تقدم المعلومات الكاملة والدقيقة لوسائل الإعلام لتجنب الشائعات وحملات الهمس والمبالغات التي تتجاوز حقائق الأحداث لتثير الرعب والبلبله ، فالمعالجة الإعلامية للأحداث والقضايا الأمنية ينبغي أن تتم بحرص كامل وحذر شديد .

وما ينطبق على الإعلام الأمني ينسحب أيضاً على التوعية الأمنية والإقناع الأمني . فالتعاون بين الأجهزة الأمنية ووسائل الإعلام ضروري لتحقيق أهداف حملات التوعية وترشيد سلوك المواطنين ، ونجاح السياسات الأمنية ، ويتمثل هذا التعاون في تقديم المادة العلمية والحقائق الأمنية إلى وسائل الإعلام لتقوم هذه الوسائل بأعدادها في الشكل الإعلامي المناسب لعرضها على الجمهور ، وإجراء البرامج الحوارية الإذاعية والتليفزيونية والتحقيقات الصحفية حولها . كما يمكن الاستفادة من هذه المعلومات في

كتابة الأعمال الفنية وصياغتها واخراجها بالشكل المؤثر الفعال الذي يحقق التجاوب الجماهيري مع الأفكار الأمنية المطروحة في هذه الأعمال .

٥ . ٢ . العلاقات العامة في مجال الشرطة

تؤدي العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية دوراً فاعلاً في زيادة فاعلية الإعلام الأمني :

٥ . ٢ . ١ مفهوم العلاقات العامة في مجال الشرطة

لا يختلف مفهوم العلاقات العامة في المنظمات المختلفة مهما تنوعت نشاطاتها أو الفلسفات السياسية التي تحركها ، وان كانت هذه النشاطات أو الفلسفات المختلفة تفرض أهدافاً متنوعة قد تختلف في بعضها عن أهداف البعض الآخر . وينعكس هذا الاختلاف على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في المنظمات المختلفة وفي المجتمعات المتباينة . ونعرض فيما يلي لمجموعة من التعريفات السائدة عن العلاقات العامة بهدف توضيح رسالة العلاقات العامة في مجال الشرطة .

يقول ملتون Enzer Milton أن العلاقات العامة هي «الأداء الطيب والإعلام عنه»^(١) وأهم ما في هذا التعريف أن العلاقات العامة ليست كلاماً طيباً يقال أو عبارات معسولة تردد بين الحين والحين ، وإنما هي عمل فعلى تبدو نتائجه واضحة ملموسة تبدد كل شك وتهدم أي ادعاء لا يتفق مع الواقع . كما يشير هذا التعريف إلى أهمية الإعلام عن النشاطات والجهود

(١) علي عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ، ١٩٧٨ م ، ص ٥٧ .

والسياسات البناءة لأي منظمة لكي تعرف الجماهير حقيقة الدور الذي تؤديه هذه المنظمة وتدعم هذا الدور بتأييدها وقبالها على التعاون معها . وهذا ما تسعى إليه الشرطة العصرية لتحقيق الامن وبث الطمأنينة بين المواطنين .

ويرى بول جاريت Paul Garrett أحد رواد العلاقات العامة ، والذي تولى مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام ١٩٣١ أن «العلاقات ليست وسيلة دفاعية لجعل المنظمة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وانما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه»^(١) .

وقد أكد هذا التعريف على أهمية الجهود التي تبذل من أجل تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير تعبر عن الواقع الفعلي المشرق للمنظمة بلا خداع أو تزيف . ومن ثم فإن مفهوم الصورة التي تسعى العلاقات العامة إلى بلورتها في اذهان الجماهير يستند إلى الحقيقة ويلتزم بالصدق والصراحة والوضوح وهي مبادئ أساسية أجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في مختلف المجتمعات .

ورغم عدم وضوح عملية الاتصال - التي هي جوهر العلاقات العامة في هذا التعريف إلا أن أهم ما يميزه عن غيره من التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة تأكيده على الحقيقة التالية :

أن العلاقات العامة ينبغي أن تكون تعبيراً صادقاً عن الواقع ، كما أنها لا بد أن تسمو بأعمالها إلى الدرجة التي تحظى باحترام الجمهور .

(1) Griswold Glamn and Denny: Your Public Relation, New York, Magazines of Industry Inc., 1948, p. 4.

فإذا كان الواقع سيئاً أو تشوبه بعض الشوائب فينبغي تنقية هذا الواقع وتدارك ما به من أخطاء بدلاً من محاولة إخفائها أو تزييفها بكلمات معسولة سرعان ما يزول أثرها ويتكشف زيفها . كما ينبغي أن تسهم العلاقات العامة في مواجهة المشكلات التي تؤثر على الجمهور من خلال الأعمال البناءة والجهود الحقيقية الهادفة التي تحقق الرخاء والرفاهية للمجتمع .

وقد عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها: الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لاقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة و جماهيرها^(١) .

وقد توصلت جمعية العلاقات العامة الدولية إلى التعريف التالي :

«العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها ، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط^(٢) .

ويرى الباحث أن العلاقات العامة في أسمى صورها هي حوار بين طرفين يسوده التفاهم الكامل والصراحة التامة لتحقيق التوافق والتكيف والازدهار للمصالح المشتركة . ولا شك أن استمرار الحوار يؤدي إلى استمرار التفاهم وهو ما يعنى في النهاية تحقيق السلام بين الأطراف المختلفة .

(1) Black, Sam, Practical Public Relation, (Second Edition, Sir Isaac Pitman and Sons LTD, London:1966), p 3.

(2) Cultip and Center: Effective Public Ralations, Forth Edition Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs., New Jersey 1971, p. 5.

وهذا الحوار يحتاج إلى مهارات اتصالية عالية من جانب الطرف الذي يسعى إلى ايجاده ويحرص على استمراره، وهو الطرف الواعي والمدرك لطبيعة الدور الذي يقوم به من خلال منظمة لها قوانينها المحددة لأساليب عملها وعلاقتها بالآخرين . وتقع مسؤولية هذا الحوار بالدرجة الأولى على قيادات المنظمة التي تتصدى مباشرة لمخاطبة الجماهير ، واتخاذ القرارات المؤثرة على علاقات المنظمة بجماهيرها .

وينبغي أن تستعين هذه القيادات بخبراء متخصصين في العلاقات العامة لمساعدتها في ترقية أسباب التفاهم مع الجماهير . كما أن هذه القيادات مسئولة تماماً عن تدريب كل من يعمل معها على حسن التعامل مع الجماهير ، وأداء العمل على نحو يرضى هذه الجماهير ويحظى بقبولها وتأييدها . ومعنى هذا في النهاية أن العلاقات العامة مسئولة جميع من يعمل بالمنظمة بدءاً من القيادة العليا ومروراً بالقيادات الوسطى وانتهاءً بأصغر العاملين في هذه المنظمة الممثلين لها في تعاملها المباشر مع الجماهير .

وبتطبيق هذا المفهوم على جهاز الشرطة نقول أن العلاقات العامة في هذا الجهاز هي مسئولة جميع العاملين في هذا الجهاز بدءاً من قيادته العليا المتمثلة في شخص وزير الداخلية ومروراً بقيادات الإدارات الرئيسية والفرعية على مختلف مستوياتها ، وكذلك القيادات الوسطى والصغرى ، وانتهاءً بالجنود الذين يتعاملون مع أفراد الشعب بشكل مباشر ومتكرر . ويدخل في اطار العاملين في هذا الجهاز أيضاً الموظفين المدنيين الذين يعملون في المصالح التابعة للوزارة كمصلحة الأحوال المدنية والجوازات ، مما يستلزم ضرورة التأكد من قيامهم بالعمل على النحو الذي يحقق ثقة الجماهير في حرص الوزارة على تقديم هذه الخدمات بصورة مرضية .

وإذا كانت العلاقات العامة في أي منظمة لا بد أن تبدأ من داخل هذه المنظمة بمعنى أن الجمهور الداخلي لا بد أن تكون روحه المعنوية عالية ، فإنه من الضروري أن تتوفر لجميع الأفراد العاملين في جهاز الشرطة الظروف المواتية للحياة الكريمة والاستقرار الوظيفي .

والتطبيق السليم للعلاقات الانسانية يتطلب فهم دوافع السلوك البشري على ضوء الظروف الخاصة السائدة في البيئة التي يمارس فيها هذا السلوك . فما قد يكون صالحاً في مكان ما قد لا يكون كذلك في مكان آخر . ومن المهم أن نعرف توقعات الناس واحتياجاتهم والظروف التي يرغبون العمل في ظلها ، وذلك قبل أن نتوقع منهم بذل أقصى جهد . وإذا لم نهىء الظروف المناسبة لأداء العمل فسوف نفقد الكثير من مهارات العاملين واستعدادهم للتعاون .

وقد ثبت أن الناس يختلفون في احتياجاتهم وتطلعاتهم ، وفيما يحبون أو يكرهون ، وفي درجة القلق التي تسيطر عليهم ، وأكثر من هذا فانهم يختلفون في طريقة فهمهم للأمور وتفسيرهم . فالإدارة التي قد تبدو رشيدة ونافعة في نظر البعض ، قد يرى البعض الآخر أنها قاصرة وغير مفيدة . ورغم هذه الاختلافات الفردية فلا يجب أن ننسى تأثير الجماعة على الأفراد . ويتضح هذا حينما نرى الأفراد يتصرفون في جماعاتهم بطريقة تختلف عن اتجاهاتهم الخاصة في كثير من الأحيان⁽¹⁾ .

وهذا يؤكد أن نقطة البدء في أنشطة العلاقات العامة بمفهومها العلمي السليم تدور أساساً حول معرفة الاتجاهات الأساسية للعاملين في جهاز

(1) Williams, Michael: Human Relations. London, The National Extension College and Longman Group Ltd 1967, p. 25.

الشرطة وكذلك دراسة المشكلات التي تواجههم والتعرف على رغباتهم وتوقعاتهم . كما أنه من الضروري معرفة رأي الجماهير المختلفة التي تتعامل معها الشرطة في كل المجالات ، والتعرف على صورة الشرطة في أذهان هذه الجماهير .

٥ . ٢ . ٢ ضرورة العلاقات العامة للشرطة العصرية

لقد عبر فيليب لسلي Leasly أحد كبار الباحثين في مجال العلاقات العامة عن أهمية العلاقات العامة في عبارة موجزة تقول «أنها ضرورة أيامنا هذه»^(١) . أيامنا هذه أو عصرنا هذا هو عصر الديمقراطية في معظم المجتمعات سواء كان ذلك تعبيراً عن حقيقة أو ادعاءً باطلاً يستهدف خداع الجماهير وتضليلها بعد أن فشلت وسائل الكبت وأساليب الاستبداد السافرة في فرض ارادة الحكم الفردي على الجماهير .

وسواء كانت الديمقراطية حقيقية أو زائفة فانها استلزمت ايجاد هياكل تنظيمية سياسية تعبر عن الرأي والرأي الآخر . وقد أصبح من الضروري كذلك وجود قنوات اتصالية تعبر عن هذه المنابر السياسية المختلفة وتسعى إلى كسب التأييد بين الجماهير ولذلك ازدهرت العلاقات العامة في المجتمعات الديمقراطية . وقد أكدت هذه الحقيقة السيدة انديرا غاندى رئيسة وزراء الهند حينما قالت «أن العلاقات العامة هي دعامة الديمقراطية . ولما كانت السياسات الحكومية والصناعية تتزايد تعقيداً باستمرار فإن العلاقات

(1) Lesly, Philip: Lesly's Public Relations Handbook. Englewood N. J. Prentice, Hall, Inc., 1971.

العامّة تستطيع أن تجعل هذه السياسات واضحة للجماهير ، وتمكنهم في نفس الوقت من الاسهام في رسمها أو ترك بصماتهم عليها»⁽¹⁾.

لقد ساهمت أمور عديدة في تعقد الحياة المعاصرة يأتي في مقدمتها غلبة المقاييس المادية النفعية والمصالح الانانية على كثير من المجتمعات ، والتغيرات السريعة التي تشهدها المجتمعات النامية وهي تنتقل من الحياة التقليدية إلى النمط العصري المتطور ، كما ساهم الانفجار السكاني بمشكلاته المتعددة في القاء ظلاله المعاكسة في كثير من الأحيان للتنمية الوطنية . وهذه الزيادة الكبيرة في السكان تحمل في ثناياها ضغوطاً عصبية ونفسية نتيجة للتزاحم الشديد وما قد يسببه من مشاحنات ومضايقات واحباط وسوء فهم للمواقف والأحداث . وقد تحدث الأزمات والاضرابات وترتكب الجرائم أو تنشب الحروب نتيجة لهذه الضغوط . وقد أدت هذه الأوضاع إلى زيادة العبء على الأجهزة الحكومية وفي مقدمتها الشرطة التي أصبح عليها أن توسع دائرة أعمالها لمواجهة المشكلات المتزايدة الناتجة عن هذه الضغوط العصبية .

وقد أدى التطور الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية إلى انفتاح المجتمعات البشرية على بعضها البعض ، وأصبح العالم أشبه بقرية إعلامية ما يحدث في أي مكان يتردد صداه في بقاع العالم المختلفة . وقد أدى هذا إلى اثاره تطلعات الشعوب والجماعات فأصبحت تنشده أن ترى في مجتمعاتها نماذج تطبيقية لما تراه على شاشات التلفزيون أو غيره من وسائل الاتصال ، من أداء رفيع المستوى للخدمات في المجتمعات المتقدمة ، وبمعنى آخر أصبح المواطن في مصر يرى في البرامج التلفزيونية المستوردة نموذجاً

(1) Cutlip, Scott; Allen Center : Op.Cit., p.229.

مثلاً لأسلوب تعامل رجل الشرطة الأمريكي مع مواطنيه ، فيقارن بينه وبين نظيره في الشرطة المصرية ، ويتملكه الغضب إذا رأى فرقاً كبيراً في التعامل .

٥ . ٢ . ٣ حدود ومجالات العلاقات العامة في مجال الشرطة

تمارس الشرطة عملها الأساسي في حفظ الأمن العام عن طريق منع الجريمة قبل وقوعها باتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لوقف أي نشاط ضار ، كما تقوم بضبط الجريمة إذا وقعت والكشف عن مرتكبيها وتقديمهم للقضاء . كما تتحمل الشرطة مسؤولية تنفيذ القوانين والنظم واللوائح التي تنظم علاقات الأفراد ببعضهم وبالأجهزة السيادية في الدولة ضماناً لتحقيق الانضباط العام داخل المجتمع .

وفي سبيل تحقيق هذه الوظائف ينبغي أن تحرص الشرطة على الاستفادة من كافة الطاقات المتاحة للأفراد والجماعات لتحقيق أعلى قدر من التجاوب بين هذا الجهاز المكلف بتحقيق الأمن العام وجميع أفراد الشعب المستفيدين من استتباب هذا الأمن . ولكي يتحقق هذا التجاوب ينبغي أن تلجأ الشرطة إلى الاستعانة بكل وسائل الاتصال الجماهيرية والمباشرة لنشر الوعي الشرطي ، وخلق جو من الثقة بين الشرطة والشعب .

فقد ثبت أن استقرار الأمن أو اختلاله في أي مجتمع لا يرجع إلى كفاءة رجل الشرطة فقط بقدر ما يرجع إلى ارتقاء وعي الجماهير وبقظتها ومدى استنكارها للجريمة ، والمعونة التي تقدمها لرجال الشرطة في حربهم ضد الجريمة والمجرمين . ويعنى هذا أن المعيار النهائي لنجاح أي إدارة شرطية إنما هو تأييد المواطنين لها^(١) . ويتوقف هذا التأييد على وجود جسر من التفاهم

(١) حسين محمد علي . المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ص ٢٤٣ ، ٢٤٤ .

المبادل الذي يقوم أساساً على استمرار الاتصال بين الشرطة والجماهير في مختلف المواقع . ويتم الاتصال بين الشرطة والشعب من خلال القنوات التالية :

١- الاتصال الجماهيري من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية وتتولاه إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية من خلال مجموعة من الخطط القصيرة والمتوسطة والبعيدة التي تستهدف تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير أساسها الحرص على تحقيق الأمن وحماية الحقوق واحترام الحريات وكفاءة الأداء بالنسبة للخدمات التي تقدمها الأجهزة الشرطة المختلفة ، كما يقوم قادة الشرطة في الوحدات الفرعية والإدارات المختلفة بالمشاركة في هذا الاتصال من خلال التعامل المستمر مع رجال الإعلام وبصفة خاصة في حالات الحوادث أو المناسبات .

٢- الاتصال المباشر بالجمهور الذي يتردد على أقسام الشرطة وإداراتها الفرعية داخل هذه الوحدات . وهذه فرصة ملائمة لكسب تأييد هذا الجمهور للشرطة عن طريق تيسير إجراءات التعامل وتقديم الخدمات في سهولة ويسر . ولتحقيق ذلك ينبغي وضع العلامات الارشادية داخل هذه الوحدات وتوجيه العاملين فيها إلى ضرورة معاملة المواطنين بصورة طيبة وضبط النفس في مواجهة حالات الغضب .

٣- الاتصال المباشر بالجمهور خارج أقسام الشرطة في الطرق العامة وأمام المنشآت الحيوية ، وهذا يتطلب مزیجاً خاصاً من الحزم في مواجهة المخالفات والقدرة على التوجيه الحسن والمساعدة في المواقف الصعبة وسلامة التصرفات الشخصية وابتعادها عن الشوائب والشكوك .

٤- الاتصال المباشر بقيادة الرأي في الوحدات الإدارية في القرى والمدن لمعرفة الاتجاهات العامة واقامة جسور التفاهم مع القواعد الشعبية من خلال هذه القيادات التي تملك تأثيراً غير رسمي على هذه القواعد يفوق التأثير الرسمي بشكل كبير مما يضمن تحقيق التعاون الفعال بين الشرطة والشعب .

٥- الاتصال الجمعي المباشر بالتجمعات الشعبية في المنشآت العامة وفي المدن والقرى والمشاركة في أداء الواجب الاجتماعي في العزاء والأفراح والمساهمة في الأنشطة الشعبية وتنظيم المسابقات والمهرجانات المشتركة في اطار برنامج لتحقيق العلاقات الطيبة بين الشرطة والشعب خارج اطار العمل التقليدي .

٥ . ٢ . ٤ . المشكلات التي تواجه العلاقات العامة في مجال الشرطة

تواجه العلاقات العامة فى مجال الشرطة مجموعة من المشكلات أو الصعوبات التي تحتاج إلى ادراك واع من العاملين في هذا الجهاز للتغلب عليها أو التخفيف من حدتها . ونشير فيما يلي إلى أهم هذه المشكلات :

١- طبيعة وظيفة الشرطة : تتركز مسئولية الشرطة أساساً على حفظ الأمن وتنفيذ القانون ، ومن الناس من يرى في هذا العمل تقييداً لحريته وسيطرة على مقدراته . كما أن الشرطة وهي تقوم بتطبيق القوانين تصطدم كثيراً بعدم تقبل الجماهير لها أو عدم إلمامهم بها أو سوء فهمهم للهدف من صدورها . ويبدو رجل الشرطة في نظر بعض المواطنين على أنه متعسف أو مستبد ، ومن هنا يبدأ الصراع أو التنافر بين الشرطة وبعض المواطنين الذين لا يفهمون حقيقة الدور الذي تقوم به لحمايتهم .

٢- السلوك الشخصي لبعض رجال الشرطة : أثبتت دراسات الصورة الذهنية أن السلوك الشخصي لأي مجموعة من العاملين في أي منظمة يؤثر على صورة هذه المنظمة في اذهان الجماهير . وهكذا فإن أي سلوك غير مقبول من الجنود أو الأمناء أو الضباط يؤثر على صورة الشرطة حتى ولو كان هذا السلوك صادراً من أفراد قلائل لا يمثلون القاعدة العريضة لجهاز الشرطة .

٣- تأثير وسائل الإعلام : تقوم وسائل الإعلام بإبراز صورة غير سليمة لرجال الشرطة تؤكد على الجوانب السلبية وتتجاهل النواحي الإيجابية لأفراد هذا الجهاز . ولا شك أن تدعيم الصلات بهذه الوسائل وإمدادها بالمعلومات الصحيحة والأفكار البناءة التي تساعد على إشاعة الهيبة والاحترام والثقة في رجال الشرطة يمكن أن يؤدي إلى تأييد الجماهير لهم وإقبالهم على التعاون معهم .

٤- عوامل تاريخية : استخدم الطغاة والمستعمرون جهاز الشرطة في البطش بالعناصر الوطنية وتقييد حرية المواطنين وإشاعة الخوف في نفوسهم . وقد حدث هذا في مصر ، كما حدث في غيرها من الدول التي عانت من الحكام الطغاة والمستعمرين الذين أساءوا إلى جهاز الشرطة باستخدام رجاله في تحقيق أغراضهم وتنفيذ مخططاتهم الاستبدادية .

٥- ضعف المستوى التعليمي والاقتصادي لجنود الشرطة : لا شك أن التصرفات الخاطئة لجنود الشرطة انما تنبع من انخفاض مستواهم التعليمي وسوء حالتهم المادية الأمر الذي يدفع بعض هؤلاء إلى الاساءة إلى صورة الشرطة من خلال سلوكهم غير المقبول من الناحية الاجتماعية . لذلك فإنه من الضروري رفع مستوى هؤلاء الجنود من

الناحية التعليمية وزيادة رواتبهم بما يتناسب مع المجهود الشاق الذي يقومون به لحفظ الأمن وبعث الطمأنينة في النفوس .

٥ . ٢ . ٥ أهداف العلاقات العامة في مجال الشرطة

من خلال استعراضنا لمفهوم العلاقات العامة وتطبيقه في مجال الشرطة ، وبناء على ما أوجزناه عن دور الشرطة في المجتمع المعاصر ، وازاء المشكلات والصعاب التي تواجه العلاقات العامة في تحقيق التفاهم بين الشرطة والشعب يمكن لنا أن نقترح أهدافاً للعلاقات العامة في مجال الشرطة على النحو التالي :

١- رفع الروح المعنوية لرجال الشرطة : انطلاقاً من المبدأ الأساسي القائل بأن العلاقات العامة لا بد أن تبدأ من الداخل فإنه من الضروري تخطيط وتنفيذ برنامج متكامل لرفع الروح المعنوية بين العاملين في مجال الشرطة بجميع مستوياتهم . وأود أن أشير هنا مرة ثانية إلى أهمية تحسين المستوى المادي والثقافي لجنود الشرطة ، فالجندي هو العصب الأساسي لعملية حفظ الأمن وتنفيذ القوانين . ومن الضروري أن تسير الجهود المبذولة للترفيه عن ضباط الشرطة أو رعايتهم من الناحية الاجتماعية جنباً إلى جنب مع الجهود التي ينبغي أن تتضاعف لرفع المستوى المادي لجنود الشرطة والعاملين في أجهزتها المختلفة وتحسين أوضاعهم .

٢- تنمية الوعي الشرطي لدى المواطنين : إذا كان من الضروري أن يتعاون المواطنون مع جهاز الشرطة في تنفيذ القوانين ومنع وقوع الجرائم أو الإبلاغ عنها فور وقوعها أو التقدم بأي معلومات يمكن أن تفيد في تحقيق الأمن فإنه ينبغي اثاره وعى المواطنين إلى أهمية المشاركة في حفظ الأمن وتوضيح أساليب هذه المشاركة بكل الوسائل الإعلامية المتاحة . فعن

طريق الأفلام وبرامج الإذاعة والتليفزيون والكتيبات واللوحات الارشادية واللافتات والملصقات والمعارض يمكن تنفيذ خطة متكاملة لتنمية الوعي الشرطى لدى المواطنين . كما أنه من الضرورى الاستفادة من فاعلية الاتصال الشخصى في نشر هذا الوعي بتنظيم الندوات في المدارس والجامعات والتجمعات الشعبية وفي المنشآت والإدارات الحكومية والاستفادة من المواقف الطبيعية في تقديم النصائح والتوجيهات التي تنمى وعى المواطنين وتثير اهتمامهم للتعاون مع أجهزة الشرطة .

٣- تنمية الثقة بين الشرطة والشعب وتحسين العلاقات بينهم : من أهم العوامل التي تساعد على تحقيق الثقة بين الشرطة والشعب هو ما أوجزه ميلتون Milton في عبارته التي أشرنا إليها من قبل «الأداء الطيب والإعلام عنه» . لذلك فمن الضرورى التزام الحياد في التعامل مع المواطنين والتمتع بسعة الصدر وضبط الأعصاب ومعاملة الناس بأسلوب إنسانى كريم . كما أنه ينبغى التخلي نهائياً عن الشتائم والبعد عن الأساليب العنيفة ، والاهتمام بلغة الحديث وفن المعاملة . وحرصاً على تدعيم أواصر المودة بين الشرطة والشعب ينبغى التأكيد على الواجبات الاجتماعية لرجال الشرطة وبصفة خاصة في تقديم واجب العزاء ومشاركة الناس في المناسبات السارة والمؤلمة ، وتقديم التسهيلات والخدمات الممكنة في مثل هذه المواقف . كما أنه من المفيد المشاركة في مهرجانات الرياضة والمسابقات الثقافية التي تنظمها النوادي والهيئات الشعبية والحكومية والشركات كلما تيسر ذلك .

٤- دراسة الاتجاهات العامة ومعرفة المتغيرات الجديدة وآثارها على العمل الشرطى : إذا كانت الشرطة تعمل من أجل حفظ الأمن العام في المجتمع

فمن الضروري أن تكون الاتجاهات السائدة بالنسبة للمشكلات العامة موضع اهتمام العلاقات العامة بوزارة الداخلية . ولذلك ينبغي دراسة تقارير إدارات الرأي العام بالنسبة للمشكلات المختلفة وتنبية المسؤولين إلى الآثار المحتملة لهذه المشكلات على العلاقات الطيبة بين الشرطة والجماهير بالإضافة إلى آثار هذه المشكلات المباشرة على أفراد جهاز الشرطة . وهذا يؤدي إلى سلامة التخطيط لمواجهة هذه المشكلات ، فمن الثابت أن الجهد المبذول في محاولة إطفاء الحريق أكبر بكثير من الجهد الذي يبذل لمنع نشوبه والوقاية منه . وحينما يمكن التنبؤ بالمشكلات مبكراً يصبح من اليسير وضع الحلول المناسبة لمنع انفجارها والتحرك لمواجهةتها ، ومن هنا تصبح وظيفة الأبحاث ذات أهمية كبيرة في التنبؤ بالمشكلات من خلال التقاط المعلومات والشائعات التي قد تؤدي إلى انفجار أزمة أو حدوث اضطرابات في العلاقات بين الشرطة والشعب^(١) .

٥- تنظيم العلاقات بين وزارة الداخلية ومختلف الوزارات والهيئات الأخرى : تتعامل أجهزة الشرطة مع الوزارات المختلفة في إطار توطيد التعاون لتنفيذ القوانين المختلفة التي تستهدف تحقيق المصلحة العامة للمجتمع وحفظ الأمن والنظام العام . ويتطلب هذا التعامل نوعاً من الحرص لتفادي أي سوء فهم في تفسير طبيعة العلاقات بين الشرطة وهذه الوزارات ، الأمر الذي قد يؤدي إلى حساسيات أو تدهور في العلاقات الطيبة من كافة الأجهزة والهيئات الحكومية التي ينبغي أن تتعاون معاً في إطار متناغم لتحقيق مصالح الجماهير .

(١) علي عجوة ، مرجع سابق ، ٦٥ .

٦- رعاية العلاقات الخارجية بالسياح والبعثات الخارجية : تشكل السياحة مورداً اقتصادياً هاماً لأي دولة . وهي بالإضافة إلى ذلك تساعد على ايجاد الصلات الودية والتفاهم بين الشعوب . والشرطة تلعب دوراً هاماً في تذليل العقبات التي تواجه السياح والبعثات الخارجية وتقديم الارشادات التي يحتاجون إليها . فهي تمثل الجهاز الرسمي في الدولة وتعطى انطباعاً عاماً عن درجة تحضر الأمة التي تنتمي إليها . وإذا كان من الممكن تبرير أي خطأ لأي فرد عادي فمن الصعب التماس العذر لمن يرتدي الزي الرسمي المميز الذي يمثل جهاز الشرطة . وهذا يفرض على وزارة الداخلية ضرورة الاهتمام بانتقاء أفراد الشرطة الذين يعملون في مواجهة السياح والبعثات الخارجية في المطارات والأماكن السياحية والمناطق التي يكثر تردد هذه الفئات عليها .

٧- رعاية العلاقات مع وسائل الإعلام : تلعب الصحافة والراديو والتلفزيون دوراً هاماً في تكوين الرأي العام والتأثير عليه في الأحداث الخطيرة وازاء المشكلات الهامة التي تمس مصالحه أو اهتماماته . كما تقوم هذه الوسائل بالمساهمة في تكوين انطباع طيب أو سىء عن الأفراد، والهيئات والمؤسسات العامة طبقاً لما تنشره في هذا الخصوص . وفي غياب المعلومات الدقيقة يكون النشر في هذه الوسائل غالباً لغير صالح الطرف الذي يدور حوله الكلام . لذلك فمن الضروري رعاية العلاقات الطيبة مع رجال الإعلام والحرص على استمرار الصلات الودية والتفاهم الكامل تجنباً لنشر أي معلومات غير حقيقية يمكن أن تشوه صورة الشرطة أمام الرأي العام .

٥ . ٢ . ٦ أساليب تطوير العلاقات العامة في مجال الشرطة

من العرض السابق الذي يوضح أهمية العلاقات العامة للشرطة العصرية ومع اضطراد التقدم في المجتمع وتعدد المشكلات نتيجة للتزايد السكاني أصبح من المحتم أن يزيد الاهتمام بالعلاقات العامة في مجال الشرطة وأن تتطور ممارستها لتأخذ صورة فعالة مؤثرة .

وقد بدأ الاتجاه لتطوير العلاقات العامة في أجهزة الشرطة بادخال وظيفة ضابط العلاقات العامة بالأقسام والإدارات المختلفة . كما أن إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية تضم خبرات طيبة في هذا المجال ولكنها في رأيي تحتاج إلى دعم أكثر بالعناصر الفنية الموجودة داخل جهاز الشرطة أو خارجه كما أنه من الضروري الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة في أقسام الشرطة وإداراتها المختلفة ودعمها بالصلاحيات والامكانيات بحيث تستطيع أن تمارس هذا الدور بشكل فعال .

ولكي يكون التطور كاملاً ينبغي الأخذ بالمفهوم التكاملي للعلاقات العامة ، ذلك المفهوم الذي يقوم أساساً على النظر إلى وظيفة العلاقات العامة من مدخلين أساسيين هما : المدخل الاجتماعي والمدخل المهني المتخصص . والمدخل الاجتماعي يتركز على النظر إلى المنظمة ككل ككيان اجتماعي لا بد أن يتحقق داخله التفاهم الكامل والتكيف بين جميع أفرادها ، الأمر الذي ينعكس بشكل طيب على الجمهور الخارجي في صورة أداء طيب وخدمات ميسرة وتعامل كريم . ويستند هذا المدخل أيضاً على حل مشكلات أفراد المنظمة أولاً بأول ، وتلبية الاحتياجات الأساسية لهم وتدريبهم على أداء الخدمات والأعمال المناطة بهم وعلى حسن التعامل مع الجماهير .

أما المدخل المهني المتخصص فيستند أساساً على كفاءة الممارسة المهنية

للوّظيفة في الأعمال التي تحتاج إلى خبرات تخصصية . وإذا كانت أكاديمية الشرطة قد بدأت بالفعل في قبول اعداد من المتخصصين خريجي الجامعات الذين يحتاج إليهم جهاز الشرطة في أعماله المختلفة ، فأنى أوصى بأن تدعم إدارة العلاقات العامة في وزارة الداخلية بخريجي كلية الإعلام بأقسامها الثلاثة « الصحافة ، والإذاعة ، والعلاقات العامة والإعلان » وان يلحق هؤلاء الخريجين بأقسام الشرطة وإداراتها المختلفة .

كما أننى أرى ضرورة اختيار ضباط العلاقات العامة بأقسام الشرطة وإداراتها الخدمية المختلفة من ذوى الرتب العالية التي تلى مباشرة رتبة المأمور أو قائد الوحدة . فمن غير المعقول أن تسند هذه الوظيفة للضباط ذوى الرتب الصغيرة الذين لا يتمتعون بحنكة وخبرة و اتزان الضباط ذوى الرتب الكبيرة أو المتوسطة .

وينبغى أن يتفرغ هؤلاء الضباط لهذا الدور الحيوى بالنسبة للشرطة العصرية في المجتمع الديمقراطي ، وأن تحدد اختصاصاتهم التي تخول لهم اضعاف لمسات العلاقات العامة الطيبة على كل أعمال القسم أو الإدارة . كما أنه يجب أن تتوفر لهؤلاء الضباط امكانيات استقبال الجمهور والاستماع إلى المشكلات في غرفة مناسبة ومعدة بشكل جيد لهذا الغرض .

وينبغى أن يؤخذ في الاعتبار ونحن نخطط لتطوير العلاقات العامة في أجهزة الشرطة زيادة الاهتمام بالجماهير التي تتردد على هذه الأجهزة بشكل اجبارى لاستخراج رخصة القيادة أو السيارة أو تجديدها وكذلك الحال بالنسبة لسجلات الأحوال المدنية . فقد يسىء العاملون المدنيون في هذه الأجهزة للشرطة ككل إذا أساءوا التعامل مع هذه الجماهير . ومن هنا أرى ضرورة تركيز الرقابة على هذه الإدارة والوحدات الخدمية لتخليصها من أي مظهر سلبي يسىء إلى جهاز الشرطة .

وأرى أن تكون الرقابة في صورة تفتيش خارجي بالإضافة إلى وجود ضابط علاقات عامة داخل الوحدة أو الإدارة لضمان حسن معاملة المواطنين في هذه الأماكن .

وينبغي أن نؤكد من جديد على أهمية غرس مفهوم أن كل ضابط شرطة في أي موقع ينبغي أن يتحمل مسؤولية تحقيق العلاقات الطيبة مع المواطنين في هذا الموقع ، فالعلاقات العامة ليست مسؤولية أفراد محددين يحملون هذه الصفة في أي جهاز ، وإنما هي مسؤولية جميع العاملين في جهاز الشرطة من ضباط وجنود ومدنيين يعملون تحت اشراف وزارة الداخلية ويتسبون إليها .

وبعد أن أثبتت الدراسات الحديثة في علوم الإدارة والسياسة والاجتماع أهمية العلاقات العامة كوظيفة اجتماعية تطبيقية تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بين أفراد المجتمع . كما أثبتت الدراسات التي أجريت في مجال العلاقات العامة أهمية الجهود التي تبذل في هذا المجال في تكوين الصورة الطيبة لأي منظمة .

وقد تطور استخدام العلاقات العامة في النصف الثاني من القرن العشرين وازداد هذا الاستخدام تطوراً في الربع الأخير من هذا القرن حيث اصطبغت ممارسة هذه الوظيفة بالأسلوب العلمي في كل مرحلة من مراحلها ، وأصبح من الضروري أن يؤهل الممارسون لها والمشتغلون بها تأهيلاً علمياً كافياً في علوم الاتصال والنفس والاجتماع والإدارة بالإضافة إلى التأهيل الخاص في العلاقات العامة ، والاستعدادات الخاصة للعمل في هذا المجال .

وقد أوضح هذا البحث ضرورة الأخذ بالأسلوب العلمي في ممارسة

العلاقات العامة بالنسبة للشرطة العصرية في المجتمعات الديمقراطية وهو الأسلوب الذي يعتمد على الدراسات والبحوث والمعلومات الدقيقة لتحديد الأهداف وتخطيط البرامج على أساس معرفة المشكلات التي تواجه العاملين داخل جهاز الشرطة والجماهير التي تتعامل مع أفراد هذا الجهاز، وتطبيق النظريات العلمية التي توصلت إليها علوم الاتصال والنفوس والإدارة والاجتماع في تحديد أسلوب التعامل مع الجماهير المختلفة.

ونستطيع أن نبلور النتائج النهائية لهذا البحث في التوصيات التالية :

١- ضرورة الاستعانة بخريجي كلية الإعلام الذين يلتحقون بأكاديمية الشرطة في دعم إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية وفي أقسام الشرطة وإدارتها المختلفة .

٢- رفع مستوى الجنود ثقافياً ومادياً والاهتمام بانتقائهم وتدريبهم على التعامل مع الجماهير .

٣- الاهتمام بالبحوث التي تستهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها بالنسبة للخدمات المختلفة التي تتبع وزارة الداخلية .

٤- الاستعانة بوسائل الإعلام في تنفيذ برامج لتنمية الوعي الشرطي لدى الجماهير في اطار خطة عامة تستهدف زيادة مشاركة الجماهير في حفظ الأمن العام والالتزام بالقوانين التي تستهدف المصلحة العامة .

٥- اختيار ضباط العلاقات العامة بأقسام الشرطة وإداراتها الخدمية المختلفة من ذوى الرتب العالية التي تلى مباشرة رتبة المأمور أو قائد الوحدة .

٦- ضرورة تفرغ ضباط العلاقات العامة لممارسة هذه الوظيفة لكي يتمكنوا من القيام بهذا الدور على أكمل وجه .

- ٧- منح ضباط العلاقات العامة الاختصاصات التي تخول لهم اضافة لمسات العلاقات الطيبة على كل أعمال القسم أو الإدارة .
- ٨- اعداد غرفة مناسبة في مكان ظاهر بكل قسم أو إدارة للعلاقات العامة وتزويدها بالامكانيات اللازمة لاستقبال المواطنين والاستماع إلى شكاواهم ومعرفة مشاكلهم والاجتماع مع قادة الرأي في مجتمع القسم أو الوحدة لمناقشة أوضاع المجتمع ومشاكله .
- ٩- تركيز الرقابة على إدارات الخدمات كالأحوال المدنية والجوازات والمرور من خلال التفتيش الخارجى المستمر لضمان حسن معاملة المواطنين الذين يترددون على هذه الوحدات بصفة اجبارية .

المراجع

أولاً: المراجع العربية

ابراهيم امام: فن العلاقات العامة والإعلام . الطبعة الثانية، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٨، ص ١٩٢ .

حسين محمد علي . المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ص ٢٤٣، ٢٤٤ .

علي عجوة . الأسس العلمية للعلاقات العامة، الطبعة الرابعة، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، ٢٠٠٠ .

_____، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، عالم الكتب ٢٠٠١ .

_____، العلاقات العامة والصورة الذهنية، الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب ٢٠٠٣ .

ثانياً: المراجع الأجنبية

Black, Sam, The Essentials of Public Relations, London: Kogan Paye Limited, 1993.

Center, Allen & Patrick Jackson, Public Relations Practices: Managerial Case Studies and Problems, 4th. ed., New Jersey: Englowood Cliffs, 1990.

Cutlip, Scott; Allen Center & Glen Broom, Effective Public Relations, New Jersey: Englewood, Prentice Hall 1994.

- Duhe, Snya & Lynn Zoch, A Case Study - Framing The Media's Agenda During a Crisis, in, P. R. Quarterly, Vol. 39, No. 4, Winter 1994-1995.
- Fulmer, Robert M., Practical Human Relations, Illinois, Homewood, Richard D. Irwin, Inc., 1977.
- Grunig, James, "What is Excellence in Management, in Gruing, James & Others (eds.), Excellence in Public and Communication Management, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1992.
- Lesly, Philip: Lesly's Public Relations Handbook. Englewood N. J. Prentice, Hall, Inc., 1971.
- Tuggle, Charlie: Media Relations During Crisis Coverage: The Gainesville Student Murders in: P. R. Quarterly, Vol. 36, No. 2, Summer 1991.
- Wilcox, Dennis; Phillip Ault & Warren Ager, Public Relations: Strategies & Tactics, 3rd, ed., New York: Harper Collins Publishers Inc., 1992.
- Williams, Michael: Human Relations. London, The National Extension College and Longman Group Ltd 1967, p. 25.

آفاق الإعلام الأمني ومنافذه

العميد د. علي بن فايز الجحني

٦ . آفاق الإعلام الأمني ومنافذه

٦. ١ مقدمة

لقد تبوأَت وسائل الإعلام في العالم المعاصر مكانة كبيرة لما لها من تأثير في المجتمعات الإنسانية فضلاً عن نشاطها في مختلف المجالات الدولية، فهي بالوعي واللاوعي تسهم في تشكيل الإنسان أياً كان موقعه وأياً كانت درجة مستواه العلمي، ومن البديهيات أنه كلما ازداد التعقيد الاجتماعي، كلما ازداد اتصال الإنسان بأجهزة الثقافة والإعلام يتأثر أو يقتدي بها (البحراني، ١٤٢١).

من هنا تستطيع وسائل الإعلام بما تملك من تأثير وجاذبية أن تسد ما يمكن من الفراغات الكثيرة التي يعانيها الواقع، وتوفير مناخ أمني يساعد على تعميق المبادئ والقيم التي تشكل سداً منيعاً ضد الجريمة، وتضيف إلى أسلحة الوقاية والتحصين سلاحاً ماضياً من خلال مساهمات تلك الوسائل في التوعية بأهمية اتباع النظام والإسهام في البناء والتنمية، والحفاظ على الأمن والمنجزات.

وفي هذا البحث الموسوم بـ (آفاق الإعلام الأمني ومنافذه) سنتناول النقاط التالية :

- الإعلام واقتحام الخصوصية .
- الإعلام والدور الأمني .
- قنوات التوعية الأمنية .
- الخاتمة .

٦ . ٢ الإعلام واقتحام الخصوصية

إن الأمة العربية تعيش فترة من أصعب الفترات التي مرت بها في تاريخها الطويل ، فترة تميزت بالصراع الإعلامي الذي وفرت له كل الإمكانيات والوسائل العصرية التي بواسطتها يعمل اصحاب الأفكار الشريرة على اقتحام الخصوصية والنيل من ثوابت الأمة وانجازاتها . ولا شك أن التهجمات الإعلامية على العرب عندما تنتشر إنما تستهدف إثارة البلبلة والقلق ، وتهيئة المناخ الذي تختلف في ظلّه الآراء والأفكار ، وتتطاحن وتفشو الفتن حتى لا تتجه هذه الأمة نحو بناء ذاتها وتنمية مواردها فضلاً عن حماية نفسها من مخاطر الأطماع المعادية . (الجحني ، ١٤٠٣ ، ص ١٣) .

إن الصهاينة قد أدركوا أهمية وسائل الإعلام ومدى تأثيرها في نفوس الناس منذ زمن بعيد ، فبدأوا زحفاً منظماً للسيطرة على وسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم ، وذلك منذ أواخر القرن التاسع عشر الميلادي ، ويؤكد ذلك ما جاء في البروتوكول الثاني عشر وغيره من بروتوكولات حكماء صهيون حيث قالوا إنهم سيحكمون قبضتهم على وسائل الإعلام المؤثرة عالمياً بحيث لا تتسرب مادة إعلامية إلا من خلال وسائل الإعلام التي تدور في فلكهم (التونسي ، ١٤٠٠ ، ص ١٤٤) . هذا ويدخل في إطار الغزو الإعلامي الغربي ما تقوم به تلك الوسائل من ترويج أفلام العنف والجريمة بشكل مثير مما يدفع بالشباب تقليداً ومحاكاة إلى ارتكاب الجريمة ، وكل ذلك ينطلق من سياسة إعلامية ذات أبعاد ورؤى خطيرة تهدف إلى احتلال العقول والقلوب وإضعاف المعنويات ، واستمالة الشباب والتأثير فيهم .

لقد طرأت أمور جوهرية على الوجود الإنساني في هذا العالم ، فالتقدم التقني الذي فاق كل خيال ، قرب المسافات ، وأزال الحواجز ،

وأتاح صوراً مذهشة من التواصل الثقافي والفكري والانفتاح العالمي ، واقتحام الخصوصيات ، وأحدث التقدم التقني في مجال البث طفرة في حياة الإنسان فهناك مئات الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض مرسله إشارات لاسلكية ، تحمل في مضامينها صوراً ورموزاً ودلالات للحياة العصرية ، ولما يستجد من أحداث في كافة انحاء الأرض . ولأول مرة في التاريخ استطاعت كثير من المجتمعات أن ترى ما يحدث في اطراف المعمورة وقت حدوثه ، والمثال الواضح على هذا الانفتاح العالمي وجود نوافذ عديدة يطل منها الفرد على العالم . فالأسرة العربية تتلقى اليوم مئات القنوات التلفزيونية على مدار الساعة ، وفيها ما فيها مما يثير شهية البعض ، ويحرك خيالهم باتجاه أنماط العيش في الغرب ، حيث المعرفة المتقدمة ، والأفكار المختلفة ، والإبداعات المتجددة ومتع الحياة وملذاتها المختلفة والتحليل الخلفي والفردية المقيتة ، وتشوق إلى الاستهلاك الذي لا يعرف الارتواء . وحسبنا أن نذكر بعض صور اقتحام خصوصيات الثقافات والشعوب فيما يلي :

١ - ورد في تقرير لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي أن أمريكا تصدر إلى أوروبا سنوياً مليوناً ومئتي ألف ساعة من البرامج التلفزيونية لتشغيل أكثر من ٣٢٠٠ محطة تلفزيونية على مدار الساعة) (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، ١٩٩٧ ، UN) .

٢ - وفي دراسة (اليونسكو) ما يثبت أن بث الإنتاج الأمريكي في تلفازات العالم يتجاوز ٧٥٪. بينما تتوزع النسبة الباقية على هيئات الإنتاج الوطني ، الأوروبي وغيره .

٣ - أما إنتاج القطاع السينمائي الأمريكي فهو يمثل ٨٥٪ من الإنتاج العالمي ، حيث وجد أن ما يوجه إلى المراهقين والشباب ومن في حكمهم هو القابل للترويج والانتشار والتسويق (UNESCO, 1997) .

٤ - ومن الأساليب التي ساعدت على الانفتاح العالمي والغزو الفكري في مجال الإعلام أيضاً: المجالات المتخصصة وهي التي تترك آثاراً لا يستهان بها في حياة الناس عامة والشباب خاصة، فقد وجد أن أكثر من عشرة آلاف مجلة متخصصة تعنى بشؤون الأزياء والطبخ والأثاث المنزلي، والمشكلات الأسرية على النمط الغربي. وهذه المجالات تنهل من معطيات الحياة الغربية حلوها ومرها. وتعيد ما التقطته في صور تحليلية وإحصائية متقنة. ليطلع عليها الناس في أنحاء العالم كافة وسيكون لها ولبقية وسائل الإعلام شأن في تدوير الخصوصيات الثقافية إلا من رحم ربك. إن ما تبثه تلك الوسائل هو الذي يصنع الأحلام الواهية. والأحلام هي التي توجه السلوك، وبذلك يتم تخطب العالم بأنماط سلوكية متباينة.

٥ - لقد باتت شبكة الانترنت اليوم من أهم الوسائل الأساسية لتحقيق الانفتاح العالمي، وهذه الشبكة أتاحت التفاعل الحر والمباشر بين اعداد ضخمة من الناس حيث استخدم الشبكة أكثر من (٥٦٠) مليون مستخدم بنهاية الثلث الثالث من عام ٢٠٠٢م طبقاً للتقديرات، ويتوقع لهذا العدد أن يصل إلى المليار في السنوات القادمة.

إن هذه الشبكة قد وفرت وسيلة فعالة للتنفيذ السريع إلى المعلومة العالمية، بغض النظر عن الحدود الجغرافية واختلاف التوقيت والثقافة، وفتحت نافذة عريضة نحو الانفتاح على المعلومات والمفاهيم والأفكار وهذه أشد تأثيراً في إعادة ترميز الوجود الإنساني، وإحداث التحولات الفكرية والأخلاقية والسلوكية والنفسية والاجتماعية. وشبكة الانترنت سلاح ذو حدين فيها الخير وفيها الشر وفيها إيجابيات وسلبيات كثيرة، من حيث أنها تسوق مفاهيم الغرب ومادياته ولذا فإن أكثر من ٩٨٪

من المعلومات الواردة فيها كتبت بلغات غربية وللإنجليزية فيها نصيب الأسد، ويذكر أحد الباحثين أن ٨٨٪ من المضامين والمعطيات التي تبث من خلال (الانترنت) يبث باللغة الإنجليزية مقابل ٩٪ الألمانية، و ٢٪ بالفرنسية، و ١٪ يوزع على باقي اللغات (الحاج، ١٤٢٤، ص ٦).

لقد أدرك تجار الانترنت في وقت مبكر أن الثقافة الراقية محدودة الأسواق، والثقافة الرائجة في شبكة الانترنت هي الثقافة السوقية المبتدلة التي تتوجه إلى المراهقين والشباب ومن في حكمهم، وهي القابلة للترويج والانتشار ويكفي أن نذكر أن هناك ٤٢٪ من المواقع على شبكة الانترنت تتعلق بالأمور الجنسية والإباحية (نعوم تشومسكي، ماذا يريد العم سام، ١٩٩٩).

لقد أتاحت شبكة الانترنت فرصاً هائلة للاطلاع على العلوم والمعارف ولها ايجابيات كثيرة ولكن المشكلة دائماً مع من يفتقرون إلى النضج الكافي ولم يتشربوا القيم والمفاهيم الإسلامية بسبب حداثة اعمارهم، أو بسبب أن أسرهم ليست مؤهلة لتنشئتهم التنشئة الاجتماعية السليمة.

٦- إن ميزانية الإعلان في العالم قد تجاوزت في السنوات الأخيرة التوقعات حيث بلغت نحو ٣٣٠ مليار دولار وهذا الرقم في نمو مستمر. ونتيجة لحملة الإعلان والدعاية المكثفة بات الناس يستهلكون ما لا يحتاجونه. وبت المطلوب منهم المزيد من الاستهلاك حتى تظل عجلة الصناعة في حالة من الحركة الدائبة. وعلى مدار التاريخ كان الناس ينتجون ما يحتاجون إلى استهلاكه. أما اليوم فعلى الناس أن يمارسوا المزيد من الاستهلاك من أجل تحقيق المزيد من الإنتاج بغض النظر عن كل النتائج البيئية والصحية والاقتصادية التي تترتب على ذلك.

٧- كان تفكك الاتحاد السوفيتي السابق، وسقوط المعسكر الشرقي عامة بمثابة نصر للرأسمالية والليبرالية، حيث انتهت الحرب الباردة والصراع

السياسي المرير الذي دام أكثر من نصف قرن لصالح الغرب بكل ما لديه من طروحات وأفكار وفلسفات ، ومن ثم فإن المفكرين والساسة الغربيين أغرقوا العالم بالكتابات والدعايات الزائفة والتحليلات التي تثبت أن الرأسمالية بما تستند إليه من الحرية الاقتصادية والاحتكام إلى قوى السوق وآليات العرض والطلب هي أفضل نظرية توصل إليها البشر في إدارة شؤون الاقتصاد وتنمية الثروات ، مع أن مفكري الغرب ومنظريه يعرفون المشكلات الهائلة التي تغرق فيها بلادهم .

٨- من الواضح أن ما يسمى باسم العولمة تخترق الهويات والثقافات المختلفة بواسطة تهميش المفاهيم العقدية والسياسية والثقافية لتحل محلها مفاهيم اقتصادية مادية استهلاكية استمتاعية . وبما أن العولمة لا تستوطن بلداً معيناً وإنما تستوطن الفضاء المعلوماتي الذي تصنعه شبكات الاتصال والذي بات يوجه الثقافة والسياسة والاقتصاد وعن طريق ذلك الفضاء ينخلع الفرد من هويته إلا من كان له حصانة تحميه ، وتشهد دول العالم اليوم نتيجة لهذا انخفاضاً في مستوى الاهتمام بالخصوصيات التي أصابها نوع من الصدمة بسبب الهجمة الشرسة للعولمة التي تدخل البيوت دون استئذان .

وإزاء كل ذلك فإن التربية الأسرية ومن خلال المناشط الأخرى هي قارب النجاة ومرتكز مسيرة النماء والأمن في حياة أي شعب . إن التربية السليمة والتفهم للحقوق والواجبات تقود إلى إصلاح الإنسان وصلاح فكره واستقامته وتعمق في نفس الوقت قاعدة الترابط والتماسك بين جميع شرائح المجتمعات وهذا بطبيعة الحال يؤدي حتماً إلى الحد من آثار الغزو الفكري ، وإلى استتباب الأمن والاستقرار مع ضرورة الالتفات الجاد إلى الوسائل التي تشكل المرتكزات الأساسية لحماية فكر الأمة وإمكاناتها على امتداد الساحة العربية ومنها المنزل والمسجد والمدرسة والنظم والقوانين والثقافة والتعليم ووسائل الإعلام

والنوادي والجمعيات ومؤسسات الإنتاج والبعثات ، والمؤسسات الأكاديمية ، وفي نفس الوقت التعرف على تحديات فكر الأمة التي قد يكون من بينها : نظرة الغرب والشرق إلى الدين الإسلامي والنظرة إلى الإنسان العربي والنظرة الغربية إلى الحياة وإلى العلوم والمعارف . (الجحني ، ١٤٢١ ، ص ٩٦) .

٦ . ٣ آفاق الإعلام والدور الأمني

يُعد الإعلام عموماً نوعاً من أنواع الاتصالات بين الكائنات البشرية باستخدام الحواس المختلفة للتعرف ، ويحدث هذا التعارف بالتعرف على المؤثرات البيئية المحيطة بالمجتمع ، ليتفاعل معها وتتفاعل معه ، ويحدث هذا التأثير المتبادل بما يؤدي لتوازن حركة الحياة على الرغم مما يحيط بها من اعتبارات مختلفة .

والإعلام عندما يمارس دوره الأمني يكون إعلاماً أمنياً يعمل على بث الشعور الصادق نحو تعميق الأمن والمحافظة عليه من أجل أن يشعر الإنسان بحق أنه آمن على حياته ودينه ، وعرضه ، وماله ، وعلى سائر حقوقه المعتبرة ، مع ترسيخ القناعات بأبعاد المسؤولية الأمنية ، وكسب المساندة في مواجهة كافة التهديدات الداخلية والخارجية .

إن على وسائل الإعلام العربية أن تمارس دورها ورسالتها نحو الأمن وأن تعمل على تجسيد وتحقيق ما يلي :

- توعية الجمهور بأهمية الأمن في حياة أبناء المجتمع .
- توعية الجمهور بالتدابير الوقائية التي تقي الفرد من الجريمة وتحصنه .
- العمل على إقناع الجمهور بتحديد مسارات التعاون مع الأجهزة الأمنية في سبيل مكافحة الجريمة .

- تبصير أفراد الجمهور وتوعيتهم حتى يتكون لديهم حس أمني للتصدي للظواهر السلبية في المجتمع على مختلف المستويات .
- توضيح أبعاد رسالة الأجهزة الأمنية .
- بناء رأى عام واع يتعاون مع الأجهزة الحكومية المختصة من أجل الحفاظ على الأمن وإرساء دعائم الاستقرار .
- توعية الجمهور برسالة رجل الأمن ، وإبراز دوره في توطيد دعائم التأخي وتوفير عوامل السلامة والطمأنينة .
- توعية الجمهور بأهمية أخذ الحذر والحيطه من وسائل الإعلام الخارجية التي تسعى للنيل من الأمن الفكري ، وتزرع بذور التفكك والانحراف والانزلاق في مهاوي الجريمة في المجتمعات الإسلامية .
- تعريف الجمهور بالأنظمة والتعليمات وبقواعد السلامة وأهميتها وإحاطتها علماً بالظروف البيئية التي تساعد على الحياة بأمن وأمان .
- نشر قواعد السلامة المرورية وغيرها من عوامل السلامة والأمن .
- التصدي لظاهرة الشائعات والأقاويل المغرضة ذلك أنه في ظل غياب المعلومة تنتشر الشائعة ، مما يدعو الفرد إلى اللجوء إلى وسائل الإعلام الخارجية لمعرفة ما يحدث داخل مجتمعه ، وهذا الإعلام الخارجي لا يلتزم بمصلحة المواطن والوطن ، بل قد يكون له دوافعه التي يبثها من خلال وسائل الإعلام .
- إن رسالة الإعلام الأمنية ينبغي أن تكون مدعمة ومساندة ومحققة لرسالة الجهاز الأمني ، لا متعارضة أو متناقضة معها .
- بيد أنه يجب ملاحظة الدور المتعاظم لرسالة الإعلام الأمني والذي تتحدد محاوره في :

٦ . ٣ . ١ المحور الأمني

وتبرز أهمية هذا المحور استجابة لعدة متغيرات أهمها:

- تصاعد اتجاهات الجريمة وتعدد أشكالها، على كافة المستويات واستهداف جماعات الإرهاب والإجرام المنظم للمنطقة العربية سعياً لتمزيق طاقاتها، وإهدار ثرواتها، وإشاعة الخوف والاضطراب بين ابنائها.
- الدور المتنامي للمواطن العربي في دعم جهود الأجهزة الأمنية في صراعها ضد الجريمة والانحراف.
- تعاضد أبعاد رسالة الأجهزة الأمنية في هذا العصر، وتدخّلها لحماية كافة أنشطة الدولة والأفراد على حد سواء.
- الاتجاه نحو تطوير الرسالة الإعلامية الأمنية على نحو يواكب ما حظيت به هذه الرسالة من تطور عالمي مذهل، وبشكل يتوافق مع الأشكال المعاصرة لمواجهة الجريمة المعاصرة ويعزز قدرتها على إظهار الحقيقة.
- تهيئة الأجهزة الإعلامية العربية للتصدي للحملات الإعلامية المغرضة، والقضاء على الشائعات بكافة صورها.
- تبصير المواطن بالأتماط الإجرامية المستحدثة التي تعتمد على اختراق النظم المصرفية، وجرائم الحاسبات الآلية، والاتجار في الأعضاء البشرية وغيرها.
- تزايد الاهتمام الجماهيري بقضايا حقوق الإنسان والحريات الأساسية الأمر الذي أدى إلى تزايد دور الرسالة الإعلامية الأمنية لكشف الحقيقة في هذا السبيل وغيره.
- وبناء على ما سبق، فإن هناك ضوابط ومسؤولية ذاتية ازاء الأمن يتعين

الاهتمام بها في وسائل الإعلام العربي ومن ذلك (النجعي، ١٤١٧، ص١١٧):

- ١- لا يجوز عرض المشاهد أو الصور التي من شأنها أن تقدم معلومات يستفيد منها العدو أو تؤدي إلى الإضرار بسمعة البلاد.
- ٢- لا يجوز عرض الجريمة بطريقة تثير العطف أو تغري بالتقليد أو توحى بالفائدة.
- ٣- لا يجوز تهوين ارتكاب الجريمة أو العمل الإجرامي أو التقليل من خطورته على الفرد والمجتمع.
- ٤- لا يجوز تصوير وعرض تفاصيل ارتكاب الجريمة بشكل يحرض على المحاكاة.
- ٥- لا يجوز اضعاف هالة البطولة على الشخصيات الإجرامية.
- ٦- لا يصح إظهار الجريمة على أنها من الأمور الطبيعية أو المسلم بها في الحياة دون استنكارها.
- ٧- لا يجوز تبرير جرائم الثأر والانتقام على أي صورة من الصور.
- ٨- لا يجوز عرض الموضوعات التي تتناول الجرائم أو الرذائل بصورة ترسخ في ذهن الطفل أو الحدث وتبعث فيه العطف على مرتكبيها وتقليدهم.
- ٩- لا يجوز عرض المشاهد التي تثير في الأطفال غريزة الجنس ولا تلك التي تولد اليأس والخوف والتشاؤم والتخاذل في نفس الحدث أو الطفل.
- ١٠- لا يجوز عرض النشاط الإجرامي الذي يشترك فيه الأحداث أو الأطفال بصفة أساسية مما يؤدي إلى انحراف النشء وتقليد الرذيلة أو الخروج عن العادات والتقاليد الاجتماعية المرعبة.
- ١١- لا يجوز تصوير الدجل وأعمال الشعوذة وغيرها على أنها من العادات المستحبة.

١٢ - لا يجوز عرض المشاهد التي تبلد إحساس الطفل وتحضه على القسوة وتعذيب الحيوان أو الإنسان .

٦ . ٣ . ٢ المحور التنموي

يمر المجتمع العربي بمرحلة جديدة من مراحل النمو والتقدم والازدهار، ويعترض هذه المرحلة الكثير من التحديات بعضها يتصل بطبيعة الجريمة التي تريد أن تنال من هذا التقدم، ويظهر الدور البارز للإعلام في هذه المرحلة في قدرته على استجلاء طبيعة العلاقة بين اتجاهات الجريمة في عالمنا العربي من ناحية والآفاق الجديدة لعصر النماء والازدهار .

ولا يخفى الدور الذي يلعبه الإعلام في التنشئة الاجتماعية، والبناء الثقافي للفرد عموماً، وتأكيد الطابع المميز للأمة العربية، والتأكيد المستمر على القيم الإسلامية وتدعيمها وترسيخها في وجدان الأفراد، ويبقى التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً، وهو ما دفع بالأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إلى الاقتناع بأن التلفزيون له القدرة على تغيير مواقف الناس واتجاهاتهم .

ويرى معظم الخبراء أن الفضائيات الوافدة إلى العالم العربي أوجدت كثيراً من المشاكل التي يجب أن يتصدى لها الإعلام الداخلي، وأهم تلك المشاكل ما يلي (البياتي، ٢٠٠١، ص ١١٧-١١٨):

- ١ - اضطراب في العلاقات الاجتماعية التقليدية بين افراد المجتمع .
- ٢ - التأثير في القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات، ومحو القيم المحلية واستبدالها بأنماط جديدة من السلوك والقيم التي قد تتعارض مع طبيعة الحياة العربية الإسلامية .

٣- إضعاف دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية ، وانشغال أفراد الأسرة بالفضائيات ، مما يقلل من فرص الاهتمام بالواقع ، ويؤدي إلى الهروب منه بدلاً من مواجهته .

٤- إحداث خلل في التوازن التنموي ، وسيادة الروح الاستهلاكية وطغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن مجتمعاتنا .

٥- ازدياد الانحراف الاجتماعي بين الشباب بسبب طبيعة المضامين الإعلامية للفضائيات الوافدة ، حيث تزداد مشاهدة أفلام الجنس والعنف والمخدرات والرعب وأساليب الجريمة الحديثة في ساعات الإرسال اليومي لهذه المحطات التلفزيونية .

أما دور المواطن العربي نحو الأمن ونحو التصدي للجريمة فيمكن الإشارة إليه فيما يلي :

- ١- اتخاذ ما يلزم من احتياجات لمنع وقوع الجريمة عليه كمواطن أو على ممتلكاته .
- ٢- الإبلاغ عن الجرائم التي يرتكبها الآخرون أو التي قد يسعون إلى ارتكابها .
- ٣- الاستجابة الواعية للأوامر والنواهي والتعليمات التي تصدرها الأجهزة الأمنية والهيئات ذات الصلة بين الحين والآخر لحفظ النظام والسكينة .
- ٤- التعاون مع رجال الأمن في اكتشاف ما يحيط بالجرائم غير المكتشفة والجرائم التي لا تزال رهن التحقيق ، ومدّهم بالبيانات والمعلومات التي تفيد في اكتشافها والقبض على مرتكبها .
- ٥- التعاون مع جهاز العدالة الجنائية في تقديم الشهادة .
- ٦- تقديم العون لضحايا الجريمة وتعويضهم .
- ٧- المشاركة في إعادة تأهيل وإصلاح الجناة والعمل على إدماجهم مجدداً في مجتمعهم . (الفوزان ، ١٤١٩ ، ص ١٣٩) .

- ٨- أداء العمل بإخلاص وأمانة وعدم إساءة استخدام السلطة .
- ويرى خيرى وآخرون أن وسائل الإعلام يمكن أن تسهم في تحقيق الأمن والوقاية من الجريمة من خلال تبني استراتيجية إعلامية قادرة على إيجاد مناخ لرأي عام مضاد للجريمة يتميز بالخصائص التالية :
- ١- أن ينظر الرأي العام إلى الجريمة باعتبارها غير مجدية بل على النقيض من ذلك يجب النظر إلى القانون (النظام) على أنه الكفيل بتحقيق الأمن وما يسعى إليه الإنسان من مطالب مشروعة .
- ٢- النظر إلى المجرمين باعتبارهم أشخاصاً فاشلين منبوذين في حين يجب النظر إلى من يحترمون القانون والنظام باعتبارهم نبلاء وناجحين ومؤيدين للنظام .
- ٣- أن لا ينظر الرأي العام إلى الجريمة باعتبارها سيئة في ذاتها فقط ، بل يجب أن ينظر للجريمة باعتبارها تؤدي إلى نتائج سيئة على الشخص واسرته بل والمجتمع كله أيضاً .
- ٤- يجب على الرأي العام أن يعتبر كل من يساعد على الجريمة أو يدافع عنها شخصاً مخطئاً .
- ٥- يجب على الرأي العام أن يعتبر أن الواجب على كل مواطن عدم تشجيع الجريمة ، وأن من واجبه أن يساند المؤسسات القائمة على تنفيذ القانون العام في منع الجريمة .
- ٦- يجب أن يتشكل الرأي العام ضد الجرائم مثل الإرهاب والسرقة ، والرشوة والجرائم المنظمة وجرائم الحدود وغيرها على الإجمال . ويجب أن تكون الاتجاهات الفردية عموماً مؤيدة لإطاعة الأنظمة والقانون وضد الجريمة وأن يكون لدى الأفراد اتجاهات الاحترام والتعاون نحو المؤسسات المسؤولة عن تنفيذ الأنظمة والقانون . (خيرى وآخرون ، ١٤٠٦ ، ص ٢٥٤) .

٦ . ٤ . قنوات التوعية الأمنية

إن الوعي بمخاطر الجريمة والانحراف ضرورة اجتماعية لأن عواقب الانحراف والجريمة لا تقتصر على مرتكبيها أو ضحاياها، بل تمتد لتصل أطرافاً أخرى في المجتمع، وهذا يزيد من أهمية التوعية الأمنية، وحجم المسؤولية، وفي الوقت نفسه يحتم تكامل الجهود، وتضافر القوى على المستوى الحكومي والأهلي من جهة، وعلى مستوى الأجهزة الأمنية من جهة ثانية.

وهناك قنوات عديدة، ومجالات كبيرة يمكن أن تتم التوعية الأمنية بشكل خاص من خلالها ومنها ما يلي:

٦ . ٤ . ١ التوعية من خلال المساجد

إن المساجد أكثر الأماكن مناسبة لكي تطرح فيها قضية صيانة أرواح الناس، وأموالهم وجميع حقوقهم، وهذا من صميم ما تحرص عليه الشريعة الإسلامية. فيمكن أن يبلغ خطباء المساجد بهذه الأخطار، وبالإحصاءات التي سببتها حوادث المرور مثلاً وتلك المخالفات حتى يستطيعوا أن يوضحوها للناس، إذ أن غالبية المصلين يقودون السيارات، وعندئذ يصبح خطيب الجمعة قادراً على الاستشهاد بجسامة ذنب الذي يتهور في الطريق، أو يخالف الأنظمة، فالله تعالى يقول: ﴿... أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُوَلِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ...﴾ (سورة النساء) ومن طاعة الله تعالى وطاعة ولي الأمر التقيد بالأنظمة التي وضعت لصالح البلاد والعباد. ولهذا فإن التوعية الأمنية من خلال المساجد سيكون لها نتائج ايجابية.

والحق أن المسجد يؤدي دوراً لا يقل أهمية عن دور الأسرة والمدرسة في تحقيق الأمن والوقاية من الجريمة من خلال المواعظ والخطب التي تحث على الفضيلة، وتعزز الأمن الفكري وتحذر من الرذيلة. فالمسجد يسهم في تقوية الوازع الديني والخلقي والاجتماعي لدى الناس ويبين لهم موقف الدين من مختلف القضايا والمشكلات الاجتماعية ويرفع من معنوياتهم ويبعث الأمل والطمأنينة والاستقرار في نفوسهم.

إن «خطباء المساجد يستطيعون أن يبصروا الناس بخطورة آفة الجريمة وما يترتب عليها في الدنيا والآخرة، وأثارها على الفرد والجماعة، وهذه الوسيلة من أنجح الوسائل إذا ما أحسن تنفيذها، وذلك نظراً لقرب الدعوة الإسلامية من القلوب وأثر الشريعة في النفوس ولما تتضمنه أحكام الإسلام من قواعد تنظم علاقة الفرد بالمجتمع على أساس من العدل، والألفة، والمحبة». (البحراني، ١٤١٤، ص ٩١).

ويؤكد طاش أهمية دور المسجد في تحقيق الأمن والوقاية من الجريمة بقوله: إن المسجد رسالة عظيمة في الإسهام الفعال في ميدان التوعية الاجتماعية حول مضار الجريمة، وذلك عن طريق خطب الجمعة والدروس، وحلقات الوعظ والإرشاد، ولأئمة المساجد وخطبائها تأثير بالغ في نفوس أفراد المجتمع من خلال مكاتبتهم الدينية والاجتماعية، ولاعتمادهم فيما يقدمونه للناس على مصادر التشريع ولكن ينبغي عدم المبالغة والتهويل وانتهاج أسلوب الحكمة والموعظة الحسنة وفتح أبواب التوبة والرجوع إلى الحق والإعلام الهادئ المبني على الحقائق والمستند إلى الأدلة الشرعية في حكم الإسلام في الجرائم المختلفة (طاش، ١٤١٤).

٦ . ٤ . ٢ . التوعية من خلال الجمعيات

هناك الجماعات المتجانسة التي يؤثر أعضاؤها بعضهم ببعض ، مثل الكشافة ، والجماعات المتخصصة في المدارس ، والجامعات ، وكذلك الجمعيات النسائية ، لأن المرأة الواعية تؤثر في زوجها وفي أبنائها .

٦ . ٤ . ٣ . التوعية من خلال مؤسسات الترفيه والترفيه والتأهيل وشغل أوقات الفراغ

يندرج تحت هذا المسمى الأندية الرياضية والثقافية والأدبية والمكتبات والمتنزهات وأماكن التدريب المهني وغيرها . ويكمن دور تلك المؤسسات في فتح القنوات لتفريغ طاقات الشباب وغيرهم من أفراد المجتمع بشكل يمكن مراقبته والتحكم به وتوجيهه نحو خدمة الأغراض الأمنية والوقاية من الجريمة وكل الأفكار الهدامة (الفوزان ، ١٤٠٩ ، ص ١٤٣) .

إن النوادي الثقافية والرياضية والمؤسسات الاجتماعية وبيوت الشباب وغيرها من المؤسسات والجهات من أهم محاضن التوجيه والتوعية الأمنية والاجتماعية نظراً لإقبال الشباب عليها وانخراطهم في برامجها ونشاطاتها ، ولذلك فإن على هذه المؤسسات أن تسهم في توعية الشباب بمخاطر الجريمة وأضرارها عن طريق الندوات والمحاضرات والحوارات وإقامة المعارض وتوزيع النشرات وعرض الأفلام والأشرطة وتساعدهم على تجنب الوقوع في حمايتها البغيضة والانزلاق إلى متاهاتها المظلمة . النوادي الرياضية والاجتماعية بمثابة مضامير مفتوحة للتأثير لأن مرتاديهما يدخلونها وهم في استعداد نفسي لتقبل التوجيه ، فإذا ما صحب ذلك التوجيه قدوة يؤمنون بتأثيرها ، أو شخصية رياضية يحترمون أداؤها ، فإن ذلك سيكون مؤثراً إلى حد كبير . هذا إلى جانب مسؤولية تلك المؤسسات الشبابية في توفير المزيد

من البرامج والنشاطات الهادفة والترفيهية النظيفة ، رياضية كانت أم ثقافية ، أم اجتماعية ، حتى تملأ أوقات الفراغ لدى الشباب وتعينهم على حفظ أنفسهم من مشكلات الفراغ التي قد تقودهم إلى الجريمة لا سمح الله . (طاش ، ١٤١٣ ، ص ٤٢١) .

٦ . ٤ . ٤ . التوعية من خلال المستشفيات والمراكز الصحية والعلاجية والتأهيلية

تعد المستشفيات مؤسسات خدمية هدفها التخفيف من معاناة الناس ، ولأنه يرتادها المريض ، ويرتادها السليم ، ولذا فإن فيها مجالات واسعة للتوعية ، وكما للاعتلالات الجسدية والنفسية والعقلية والحسية أثرها في ارتكاب الجريمة وممارسة السلوك الانحرافي خصوصاً إذا لم يجد أصحابها العناية المجتمعية الكافية لإعادة تأهيلهم ليكونوا أعضاء منتجين نافعين لأنفسهم ومجتمعهم . فالمرضى بأمراض جسدية مستعصية أو من يعانون من أمراض نفسية مزمنة كالقلق والإحباط بالإضافة إلى المعوقين ممن يعانون من إعاقات جسدية أو حسية أو عقلية شديدة ربما يعجزون عن التكيف في المجتمع ويصبحون عرضة لامتهان الجريمة واستغلال الجماعات والعصابات الإجرامية لهم إذا لم تتم معالجتهم وتأهيلهم ومراقبتهم من خلال بعض المؤسسات كالمستشفيات والمراكز التأهيلية المختلفة وتحسين ظروفهم المعيشية (الفوزان ، ١٤١٩ ، ص ١٤٤) .

٦ . ٤ . ٥ . التوعية من خلال المؤتمرات والمهرجانات والمراكز الصيفية والمعارض والأسواق

إن التوعية الأمنية عمل مستمر ، ويتعين الاستفادة من كل القنوات

والوسائل والأمكنة والمرافق التي يمكن أن يرتادها أفراد المجتمع وخاصة المؤتمرات ، والمهرجانات ، والمعارض ، والأسواق .

٦ . ٤ . ٦ التوعية من خلال المدارس

المدارس أماكن لتغيير السلوك ولا بد من الاستفادة من إمكانيات المدارس المكانية ، والبشرية من أجل التوعية الأمنية . فهناك جماعة الإذاعة ، جماعة المكتبة ، جماعة الرسم وغيرها . فكل واحدة منها يمكن أن تؤدي دوراً كبيراً في التوعية من خلال أدائها لهوايات أفرادها إذا ما توفرت القيادة الواعية ، والحس الفني والتوجيه السليم . ولأن نسي مرافق المدرسة التي يمكن أن يستفاد منها في لوحات أو كتيبات أو مطويات خاصة أن النشاط اللاصفي يستهوي كثيراً من أصحاب الهوايات ، أكثر مما يستهويهم المقرر الذي يدرسونه من أجل الامتحان .

ويشير أبو شامة إلى دور المدرسة في تحقيق الأمن والوقاية من الجريمة فيقول إن «المدرسة هي التي قد تمنع الطلاب من الانحراف كما أنها في نفس الوقت هي التي قد تساعدهم على الانحراف لو لم تهيء لهم الظروف «المناسبة» لتلقي التعليم بمعناه الواسع وفي هذا المجال فإن اختيار المدربين الصالحين والمناهج التقويمية وتهيئة الجو للطلاب لهي من أسباب نجاح المؤسسات التعليمية في أن تنشئ أجيالاً معافين لا يخشى منهم المجتمع بل هم زاده وعتاده . (أبو شامة ، ١٤٠٦ ، ص ٣٤٢) .

إن على المدرسة مسؤولية كبرى في حماية طلابها وتلاميذها من الجريمة وتوعيتهم بأضرارها ، وإرشادهم إلى طرق مكافحتها والتصدي لها ، وذلك عن طريق إرشادات المعلمين ، وتقديم دروس توجيهية خاصة . كما تضطلع المدرسة بمهمة مراقبة سلوك الطلاب ومتابعة تصرفاتهم وملاحظة ما يطرأ عليهم من تغيرات

جسمية أو نفسية أو عقلية مما قد يكون له صلة ببعض الجرائم، ومن ثم معالجة تلك الحالات بحكمة وروية وحسن تصرف بالتعاون والتنسيق الكاملين مع الأسرة والجهات المسؤولة حسبما تقتضيه المصلحة العامة (طاش، ١٤٠٦، ص ٣٤٢).

٦ . ٤ . ٧ التوعية من خلال وسائل الإعلام

إن لوسائل الإعلام أهميتها وأثرها على صعيد التنمية، وعلى صعيد بلورة رسالة الأمة وتمثيل هويتها والدفاع عنها، والحفاظ على أمنها الفكري والمادي وتوعية الرأي العام، وتوجيهه وإرشاده، وتحريك كوامن الخير فيه والقضاء على نوازع الشر والعدوان (البحني، ١٤١٤، ص ١٩٨).

ويؤكد كاره أنه يقع على عاتق وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة، وكذلك المسارح ودور السينما، مسؤولية توعية الجمهور ضد مخاطر الجريمة والاهتمام بتوعية وإرشاد النشء وملء وقت فراغهم وإعلامهم وتثقيفهم بما يفيد ويساعد على التمييز بين مواطن الخير وتشجيعهم عليها ومواطن الشر ونهيمهم عن الاقتراب منها. كما يتمثل دور وسائل الإعلام في امتناعها وابتعادها عن نشر الاخبار المثيرة أو الضارة بأي شكل من الأشكال، كأخبار الجريمة، وإظهار المجرمين بمظهر الأبطال، أو عرض وتقديم الأفلام والتمثيلات المغربية والمفسدة للاخلاق. ويمكن لوسائل الإعلام أن تؤدي دوراً إيجابياً فعالاً في إظهار مخاطر الجريمة وإسداء النصح للمواطنين بالابتعاد عنها، وحث الصغار والشباب وحتى الراشدين على مكافحتها بالإبلاغ عنها والعمل على وقاية المجتمع ضد ضرورها، ودعوة الجماهير للمشاركة الفاعلة في مكافحتها واتخاذ ما يلزم من أجل حماية المجتمع ضد ضرورها. ومن أجل مساهمة أكثر فعالية لوسائل الإعلام في تحقيق الأمن والوقاية من الجريمة. (كاره، ١٤١٤، ص ١٥٤).

ويقترح أحد الكتاب ما يلي :

١ - القضاء على التناقض بين القيم وبين ما تعرضه أجهزة الإعلام ويكون ذلك بالربط الوثيق بينها .

٢ - وجوب التكامل والتنسيق بين وسائل الإعلام وبين جميع أجهزة الدولة حتى تتضافر جميع الجهود في الإصلاح والبناء وحتى لا يهدم بعضها ما يبنيه الآخر .

٣ - العمل على تكوين وكالات أنباء ذات قدرة وكفاءة عالية في الحصول على الأخبار من مصادرها الأصلية لأن الارتباط بوكالات الأنباء العالمية قد يكون له مخاطر .

٤ - العمل على إيجاد بدائل مرتبطة بتراث و حضارة الأمة وعقيدتها وتقدمها بصورة واقعية صادقة بعيدة عن التشويه والدس .

٥ - قد يكون في إطالة فترة البث الإعلامي وبخاصة التلفزيون ما يضر بالمجتمع لأن إطالة فترة البث تدعو إلى تغطية هذه الفترة وملئها باستمرار ، وهذا بدوره يولد أزمة في انتقاء البرامج المفيدة ، كما أن لإطالة فترة البث أثراً على الناحية العبادية والاقتصادية . (الفرع ، ١٤٠٦ ، ص ٣٤٦) .

هذا ودلت الدراسات الكثيرة التي أجريت على وسائل الإعلام أن تأثيرها يتفاوت بين القوي جداً مثل التلفزيون ، والمتوسط مثل الإذاعة والصحافة ، واقل من ذلك من خلال التوعية بالنشرات . ووجد أن التلفزيون - كما سبقت الإشارة - يؤثر على فئات المجتمع المختلفة بنسب أعلى مما تفعله الوسائل الأخرى . ومن هذا المنطلق ، وحيث أن وسائل الاتصال كلها توجه إلى المتلقين ، فإن مخاطبة أولئك المتلقين تتطلب منا معرفة خصائص كل وسيلة من أجل التعرف على نوع الرسالة المناسبة ، فالذي يعد للتلفزيون غير الذي يعد للمذياع ، والذي يعد للصحف يختلف عن الوسيلتين الأخرين ، وهكذا .

وعليه فإن تحديد الفئات ، والشرائح ، يجعلنا نختار الوسيلة الإعلامية المناسبة لكل شريحة ، لأن ذلك يحدد نوع الرسالة ، وأسلوب صياغتها ، والوسيلة التي سترسل من خلالها .

٦ . ٤ . ٨ . التوعية من خلال الأجهزة الأمنية والإصلاحية والقضائية ومرافق الهيئات الأخرى:

تمثل الأجهزة الأمنية على اختلاف مسمياتها ، والأجهزة الإصلاحية (السجون - دور الرعاية - دور الملاحظة) والأجهزة القضائية (المحاكم) والهيئات الأخرى الدعامية الأساسية المناط بها رعاية وحماية أفراد المجتمع ، وتحقيق الأمن والوقاية من الجريمة كل بحسب اختصاصه . فتلك أجهزة قامت أساساً لتحقيق هذا الغرض الأمني في بعده الوقائي والعلاجي وحينما نتأمل في دور الأجهزة نجده يتمثل في منع وقوع الجرائم من خلال المراقبة المستمرة وإصدار الأوامر والتعليمات الكفيلة بالوقاية من الجريمة بالإضافة إلى البحث عن المجرمين وجميع الأدلة والتحريات وتنفيذ الأحكام التي تصدرها السلطة القضائية . أما دور الأجهزة الإصلاحية فيتمثل في إعادة تأهيل السجين دينياً وفكرياً وثقافياً وأخلاقياً ومهنياً من خلال الندوات والمحاضرات والنشاطات المختلفة التي تعينه على العودة إلى المجتمع فرداً صالحاً كما كان بعد تنفيذ عقوبة الحبس المقررة عليه . ويبقى دور الأجهزة القضائية علاجياً في الغالب ولكنه يحمل في طياته جانباً وقائياً وتوعوياً . (الفوزان ، ١٤١٩ ، ص ١٤٧) .

وهناك جهات أخرى عديدة يمكن أن تسهم مساهمة فعالة في التوعية الأمنية من خلال توعية منسوبيها والمراجعين لها ، وتقديم إسهامات متنوعة للإعلام الأمني مثل أجهزة الأمن الداخلي والخارجي على الإجمال ، والمؤسسات الدينية ، والأكاديمية ، والاجتماعية ، والاقتصادية ، والسفارات ،

وإدارات العلاقات العامة في القطاع العام والخاص ، مع استخدام الاتصال الشخصي ، والجمعي والجماهيري والتقني الالكتروني وغير ذلك من قنوات الاتصال وأساليبه المؤثرة .

وبعد إن التوعية مسألة تحتاج إلى تضافر جهود جميع قطاعات المجتمع المختلفة الحكومية منها والأهلية من أجل تحقيقها . فالمواطن والأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام والأجهزة الأمنية والنوادي الرياضية والثقافية بالإضافة إلى المراكز التأهيلية والصحية كلها يمكن أن تمثل صروحاً تربوية وإنسانية مؤثرة في ترسيخ مفهوم الأمن والوقاية من الجريمة في المجتمع . ولا شك أن التفكير في وسائل إضافية للتوعية الأمنية وفق النظرة الشاملة للأمن مطلب تدعو إليه متطلبات هذه المرحلة الخطيرة من تاريخ الأمة خاصة وأن الأمن أصبح مسؤولية تضامنية مشتركة وكل فرد هو بمثابة رجل أمن .

والحق أن الاتجاه التوفيقي بين الجهود الحكومية والأهلية في مجال حماية الأمن هو ما ينبغي التأكيد عليه باعتباره نهجاً تربوياً أمنياً احترازياً يعزز الشعور العام بأهمية الأمن ومحاربة الجريمة لدى جميع قطاعات المجتمع وهذا ما يجب أن تضطلع بالتبصير به برامج التوعية الأمنية من أجل بيان أهمية دور إسهام الفرد في العمل الوقائي من الجريمة والانحراف والذي يتجسد في العديد من الوسائل التي يمكن للمواطن أن يتبعها بصفته إنساناً مكلفاً ، وبصفته مسؤولاً في أي عمل يعمل في المجتمع من حيث - على سبيل المثال - التركيز على الوقاية الذاتية ، والتعاون مع حفظة الأمن والإبلاغ عن كل ما يخل بالأمن ، والصدق في القول ، وتقديم الشهادة وتغليب المصلحة العامة ، والتقيد بالأنظمة ، والابتعاد عن اساءة استخدام السلطة قناعة وعدلاً و إخلاصاً وتواضعاً .

المراجع

- القرآن الكريم .
الأحاديث النبوية الشريفة .
أبو شامة، عباس (١٤٠٦)، دور المسؤولية الأمنية في الوطن العربي
وواجبات الأفراد والمجتمع، مختصر الدراسات الأمنية،
الرياض : أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية .
إمام، إبراهيم (١٩٨٠)، فن العلاقات العامة والإعلام، القاهرة : مكتبة
الانجلو مصرية .
_____ (١٩٧٥)، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة :
مكتبة الانجلو مصرية .
_____ (١٩٧٩)، الإعلام الإذاعي والتلفزيون، القاهرة :
دار الفكر العربي .
التونسي، محمد خليفة (١٤٠٠)، الخطر اليهودي : بروتوكولات حكماء
صهيون (ترجمة)، بيروت : دار الكتاب العربي، ط ٤ .
الجحني، علي بن فايز (١٤٢٤)، وسائل التحصين الإعلامي للشباب ضد
الغزو الفكري : تحصين شباب الجامعات ضد الغزو الفكري
«ندوة»، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة .
_____ (١٤٢١)، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة،
الرياض : أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية .
_____ (١٤١٤)، نظرة على الإعلام الأمني : المفاهيم
والأسس، مجلة الأمن، العدد الثامن، الرياض .

- الحسن، إحسان محمد (١٤١٩)، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- خيرى، سيد وآخرون (د.ت)، تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، مختصر الدراسات الأمنية، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- طاش، عبدالقادر (١٤١٣)، وباء المخدرات ودور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطره، سلسلة محاضرات الموسم الثقافي الرابع، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- لفعر، حمزة حسين (١٤٠٦)، الإعلام بوابة الأمن في المجتمع، مختصر الدراسات الأمنية، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الفوزان، عبدالله (١٤١٩)، تكامل الجهود الأهلية والحكومية في ميدان الإعلام الأمني الوقائي: الشباب والدور الإعلامي الوقائي، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- كاره، مصطفى عبدالمجيد (١٤١٩)، التنسيق بين جهود المواطنين باختلاف مهنتهم في مجال مكافحة الجريمة والوقاية منها، دور المواطن في الوقاية من الجريمة والانحراف، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- النجعي، علي (١٤١٧)، الإعلام... مفاهيم، الرياض: مطبعة سفير.

الإعلام الأمني في عصر المعلومات

د. ذياب موسي البداينة

٧ . الإعلام الأمني في عصر المعلومات

٧ . ١ المقدمة

من أهم سمات عصر المعلومات السمات الثلاث الرئيسة :

١ - تغيرات كمية في مقدار المعلومات المتدفقة ونوعيتها، فبفعل تكنولوجيا الاتصالات والمواصلات فإن الصور والمعلومات تغطي كافة المعمورة بسرعة ودقة .

٢ - إرسال المعلومات إلى العديد من الأطراف (البشر والمعدات) فالمعلومات توجه الصاروخ والصحفي يرسل التقرير ، والبث المباشر من مكان الحدث .

٣ - وجود الشبكات (Networking) حيث يتم تداول المعلومات بين جميع الأطراف بالبريد الالكتروني ، الجوال ، . . . الخ (كوهين ، ٢٠٠١) .

ومع عولمة الاتصالات والمجتمع فإن التأثير لم يعد محلياً ، لا بل أن الأحداث الداخلية مهما صغرت أهميتها قد تعدت الحدود الوطنية وعبرتها إلى المجتمع الكوني ، وهذا ينقل الإعلام من المحلية إلى الكونية ومن التأثير المحدود إلى التأثير اللامحدود . ولم يعد دور الإعلام عامة على نقل المعلومات بل التأثير وأصبح الاعتماد على الإعلام كبيراً في إعلام الجمهور بما يدور في المجتمع أيام الحروب والصراعات ومن ميادين القتال . ولا يقتصر هذا الدور للإعلام في الجوانب الحياتية الاعتيادية أيام السلم ، بل شمل مواضيع وجوانب غاية في الأهمية وخاصة تلك المتعلقة بالأمن ، ومن هنا جاءت تسمية هذا النوع من الإعلام بالإعلام الأمني الذي يهدف إلى

التحصين الاجتماعي ضد المهددات الأمنية الداخلية والخارجية ورفع الروح المعنوية وتقوية الانتماء وخاصة وقت الأزمات والصراعات والحروب .

عصر المعلومات ، فيه تحول المجتمع الكوني إلى بيت عنكبوت غير منظم الروابط التخيلية ، عصر الشبكات والصفر والواحد ، عصر انتقلت فيه النشاطات البشرية من الأرض إلى الفضاء ، وتوحدت فيه البنى التحتية الوطنية والإقليمية والدولية ، عصر الحاسب والانترنت ، عصر وصلت فيه أعمدة العلم إلى الثلاثة (المادة والحياة والعقل) إلى قمته ، عصر تحول فيه الخيال إلى واقع وأصبح من الصعب التمييز بينها ، عصر تلاشت فيه الحدود وعبرت الثقافة والجريمة الحدود الوطنية عصر لم تعد الحكومات ولا الدول تخشى من بعضها البعض بقدر خشيتها من المنظمات والأفراد عصر ضعفت فيه . قدرة الحكومة على الضبط وستزداد ضعفاً يوماً بعد يوم ، عصر لم تعد تنفع فيه طرائق الرقابة والمنع والقمع ، عصر شارفت فيه الاكتشافات العلمية على الانتهاء ليبثدي عصر التفوق العلمي .

عصر لم يعد يسير بالحروب أو بالطاقة أو بالجيش أنه يسير بالبيئات والبيانات . . . أنها الالكترونيات الحروب لم تعد تتعلق بمن يملك الجيوش أو العتاد الأكثر أو الجيش الأكبر ، إنها تتعلق بمن يسيطر على المعلومات وأوعيتها وحاوياتها ومعداتها .

لقد كانت سيطرة الدولة على مجريات الأمور داخل حدودها الجغرافية أمر أسهل الحصول ومهددات الأمن محدودة مقارنة مع قدرات الدولة وبالتالي فإن العمل الإعلامي أني المعالجة وغالباً ما يتصدى الإعلام الحكومي بكافة أشكاله لخدمة الأمن (العسيري ، ٢٠٠٠) .

الخلافات الدولية/ المحطات المحلية .

التشويش ، منع الدخول ، المطبوعات والنشر .

والإعلام الأمني ليس بالجديد ، فإعلان العقوبة وإعلام الجمهور بالعقوبة والجهات والتوسط الاجتماعي وما كان يقوم به المختار في القرية كلها أشكال من الإعلام الأمني . فالتشهير بالجاني وإبعاده ما هي إلا أشكال للإعلام الأمني والتي تهدف إلى الردع العام . وفي الحروب كان الإعلام موجهاً للدفاع عن المجتمع من خلال رفع الروح المعنوية وهذا النوع يمكن تسميته الإعلام الأمني الدفاعي أما النوع الآخر فكان هجوماً والقائم على نشر الشائعات والتخويف والترهيب .

ولم يكن دور الإعلام الأمني يتوقف على أيام الحروب ، فكان الإعلام الأمني الدفاعي يقوم على تحصين المجتمع ضد الجريمة بتركيزه على محصنات الأمن ومعالجة مهددات الأمن ، فكانت القصص التي ترويها الأمهات « الغول » وتخويف الصغار بعدم البقاء خارج المنزل في الليل تؤدي إلى عدم وجود أحد خارج منزله ليلاً مما يخفف من ارتكاب الجريمة .

أما في عصر المعلومات فإن هذا الواقع قد تغير ، فلم تعد مهددات الأمن داخلية مادية فقط بل خارجية وكونية . لقد عبرت الجريمة الحدود الوطنية ، وهاجرت الجماعات والأفراد المعارضة للخارج وعملت من بيئات آمنة وديمقراطية وأصبح الفرد أو المجموعة من أكبر المهددات ، وتكونت بنى كونية تراقب وتتقد وتتدخل (وتشكل هذه الجماعات الضاغطة التي لا تنتهي إلى دولة معينة مثل جماعات البيئة ، وحقوق الإنسان ، وأطباء بلا حدود . . . الخ ، وأصبحت السمعة الدولية للدولة في هذه المجالات مهدداً لحصولها على كثير من الميزات (الاقتصادية والسياسية) . . .

عصر زادت فيه الترابطية الكونية وزادت الاعتمادية الاقتصادية إلى مستوى يحول معه وقوع الحرب بين الدول المتقدمة (Arquilla + Ronfeld, 1998) ويعتقد إن مجتمع المعلومات يسرع الديمقراطية، ويكون نمطاً من الحكومات تدعم السلام (Doyle, 1986, Russettm, 1993).

٧ . ٢ خصائص المجتمع المعلوماتي^(١)

٧ . ٢ . ١ مقدمة

إن جميع القضايا المادية والبيولوجية والنظم الاجتماعية تقوم على المعلومات في جوهرها والأكثر من ذلك إن الحركة والسلوك والتطور جميعها تدور حول معالجة المعلومات (Johnson, 1995) وباختصار كل شي معلومات . إن التطورات الاجتماعية والاقتصادية ونوعية النشاط الاقتصادي خاصة تحدد الكثير من الأنماط السلوك في أي مجتمع ، وتسعى المجتمعات الإنسانية إلى الاتزان الاجتماعي في كافة نظمها الاجتماعية من خلال تحقيق الأمن الاجتماعي وتتطور مع ذلك مهددات الأمن الاجتماعي بجوانبه المتنوعة ، والمتعددة ، والتي تتطور مع تطورها ، ففي المجتمع الزراعي ساد الشجار كنوع من الصراع الفردي والجماعي واستخدمت العصي ، والحجارة وما توافر في البيئة كأدوات في الصراع والعدوان والدفاع وشكل الناتج الزراعي قيمة عالية هدف تنافس أفراد عليه ، مما جعل الثروة مقاسة بالملكية الزراعية ، وجعل منها مصدر تهديد بقاء ، ونشبت بسببها الخلافات ، والصراعات والحروب على المستوى الفردي ، والجماعي ، والدولي وفي

(١) لمزيد من التفاصيل انظر ، ذياب البداينة ، ٢٠٠٢م ، الأمن وحرب المعلومات ، عمان ، دار الشروق .

المجتمع الصناعي حلت الآلة الصناعية محل المواد الأولية الزراعية ومحل الإنسان، واستخدمت الأدوات الصناعية كالبندقية في الصراع مع الآخرين أو في ارتكاب الجريمة، وفي الحروب، وأصبحت التجارة والصناعة من الأهداف التي تجلب الكثير من المال وبالتالي جعلت الناس، والدول يتنافسون على الحصول عليها، وظهرت المستعمرات، وسيطرت الدول على مقدرات بعضها البعض لقد يسرت التقنيات في مجال الاتصالات بالذات عملية التواصل بين الأفراد، ولم يعد من الضروري أن يكون الاتصال وجهاً لوجه (F2F).

٧ . ٢ . ٢ معايير المجتمع المعلوماتي

تمثل معايير المجتمع المعلوماتي قياسات يمكن من خلالها التنبؤ بدخول المجتمع، أو تحوله، أو تطوره إلى مجتمع معلوماتي، أو مقدار النمو البنائي للمجتمع كمجتمع معلوماتي.

ويمكن النظر إلى تكوين البنية التحتية المعلوماتية للمجتمع ومدى نضوج هذه البنية كمؤشر على كون المجتمع مجتمع معلوماتي. ومن أساليب قياس معلومات المجتمع عدد الحاسبات أو عدد الخادmates للانترنت، أو عدد المشتركين، وأمية الحاسب، ونسبة مساهمة المعلومات في إجمال الدخل القومي، وتوزيع العمالة على القطاعات الاقتصادية الرئيسة... إلخ. حدد مارتن خمسة معايير للمجتمع المعلوماتي هي: المعيار التكنولوجي، والمعيار الاقتصادي، والمعيار السياسي، والمعيار الثقافي. ويمثل المعيار التكنولوجي الاعتماد المتزايد على تقانة المعلومات كمصدر للعمل والثروة والبنية التحتية.

أما المعيار الاجتماعي فيبرز أهمية المعلومات في تحسين شروط الحياة، ونشر استخدام الحاسب والاستفادة من المعلومات وتوظيفها في شتى النشاطات الإنسانية. ويركز المعيار الاقتصادي على دور المعلومات في الاقتصاد، بحيث يصبح الاقتصاد اقتصاد معلومات، وتزداد التجارة الإلكترونية كمؤشر على ذلك، وتصبح المعلومات مصدر ثروة وسلعة، ومصدر اقتصاد مهم، وتكوين فرص عمل جديدة.

أما المعيار السياسي فيتمثل في زيادة وعي الناس بأهمية المعلومات في اتخاذ القرارات ومشاركتهم في صنع القرار السياسي، واستخدام المعلومات في الاقتراح والتصويت، والانتخاب، وزيادة الوعي الاجتماعي من خلال جماعات النقاش التي تتجاوز الحدود الوطنية، وتكوين جماعات ضغط سياسي. وأخيراً يمثل المعيار الثقافي تكوين نظام قيم معلوماتي فيه تركيز على القيم الثقافية الداعمة للمعلومات (احترام الرأي واحترام حقوق الآخرين واحترام الملكية الفكرية). (Martin, 1988).

ويتحرك عصر المعلومات نحو مرحلة جديدة تجمع بين المعلومات والوسائط المتعددة وهو ما سمي بعصر الانفوميديا (كليش، ٢٠٠٠)، فحاسبات الوسائط المتعددة تداول وتعالج الصور والفيديو بالسهولة ذاتها التي تتداول فيها الأرقام والحروف بالحاسبات الشخصية.

٧ . ٢ . ٣ خصائص مجتمع المعلومات

لكل نمط من المجتمعات خصائصه وبناءه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تميزه، فللمجتمعات الزراعية خصائصها، وللمجتمعات الصناعية خصائصها. ويمكن تحديد أهم الخصائص البنائية والعمليات التفاعلية للمجتمع المعلوماتي في الآتي:

الخصائص التقنية

١- البنية التحتية المعلوماتية الوطنية (National Information in (Frastructure (NII

تعرف البنية التحتية المعلوماتية «بأنها الهيكل الفيزيقي والتخيلي للمجتمع المعلوماتي» ويشمل الحد الأدنى من العناصر التالية:

- ١- الشبكات المالية والمستخدم في نقل المعلومات بين المؤسسات المالية .
- ٢- شبكات المؤسسات والشركات الخاصة والمستخدم في تبادل المعلومات بين مثيلاتها الدولية .
- ٣- شبكات الخدمة العامة كالتلفونات ووسائل الاتصالات الأخرى .
- ٤- الشبكات المتعاونة مثل شبكات المنظمات التعليمية متبادلة المنافع كما هو الحال في الانترنت .
- ٥- شبكات الاشتراك وهي مؤسسات قطاع خاص خدماتية في مجال المعلومات مثل الشبكات المحلية ومتصلة مع بعضها البعض لتقديم خدمات معلوماتية .
- ٦- الشبكات الحكومية والدفاعية وتستخدم لأغراض الاتصالات الحكومية والعسكرية مثل شبكات وزارات الدفاع والتي تعرف أحياناً بـ (Command, Control, Communication & Intelligence)
- ٧- شبكات وحدات الخدمات العامة التي تعتمد على الحاسب كالمياه والمجاري والمواصلات ونظام المرور .
- ٨- شبكات المعلومات التي تعتمد على الحاسب مثل التحكم بالبيئة والأمن في المباني الكبيرة (Devost, 1995) .

ويحدد ديفوست ثلاث فئات رئيسة للمعلومات .

١ - المعلومات العسكرية (Military Information) ، وهي المعلومات التي تتعامل مع التطورات العسكرية ، أسرار العمليات العسكرية ، الاستخبارات ، نظم التحكم ، المراسلات بين كبار الضباط ، ملف العسكر ، النشاطات العسكرية عامة والمراسلات الدنيا .

٢ - معلومات الأعمال (Business Information) ، والتي تشمل السجلات الخاصة بالأعمال ، والعمليات البنكية ، وسجلات الأفراد المالية ، ونظم الأعمال ، والعمليات المالية الأخرى .

٣ - المعلومات الشخصية (Personal Information) وتشمل معلومات عن الأفراد في مجالات الإئتمان ، النظم الشخصية (الأحوال المدنية) الملفات والاتصالات بين الأفراد (Devost, 1995) .

٢ - المعلوماتية (Information)

يمتاز المجتمع المعلوماتي بأنه يركز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات وان المادة الخام الأساسية هي المعلومة ، وبالتالي فإن المعرفة تؤدي إلى تولد معرفة جديدة وهذا عكس المواد الأساسية في المجتمعات الأخرى حيث تنضب المواد الأساسية بسبب الاستهلاك ، أما في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولد المعلومات (Kelly,1994) .

في مجتمعات اليوم هناك كميات هائلة من الثروة المجتمعية يتم تطويرها ، أو تخزينها ، أو نقلها ، أو انتقاؤها باستخدام وسائل نقل المعلومات وتخزينها كالحاسب ، فالصناعة الأمريكية لو حدها تحول (Transmit) مليارات الدولارات من العمليات المالية يومياً من خلال الشبكات الإلكترونية .

٣ - التخيلية (الافتراضية) (Virtualty)

إن المعلومات تؤثر في الطريقة التي يتواصل فيها الناس والتي عبر عنها نائب الرئيس الأمريكي السابق آل جور بطريق المعلومات ، وقال أنها ستربط الولايات المتحدة مثلما ربطها الطرق السريعة للمواصلات ، ووصفها جيتس بأنها طريق المعلومات السريع والطريق فائق السرعة كأمثلة من آليات هذا التواصل ويشكل الحاسب الأساس في هذه الثورة المعلوماتية ، حيث يربط العالم ليكون مجتمعاً واحداً يشابه بيت العنكبوت في خيوطه وتوصيلاته ، ويصبح العالم ليس قرية كونية وإنما قرية عنكبوتية غير منتظمة الخطوط مثلما حلت الرقائق الصغيرة والتي وفرت ملايين نقاط الاتصال الكهربائي ، وحل محل التواصل نقطة بنقطة ، كذلك حلت الشبكات الإلكترونية لتربط العالم بطرق متعددة في آن واحد .

٤ - الرقمنة (Digitization)

إن توظيف الأرقام أو الرقمنة في التقنيات الحديثة أدى إلى ثورة جديدة في هذا المجال ، فالكاميرا الرقمية والموسيقى الرقمية والهاتف الرقمي والكلام الرقمي والتوقيع الرقمي . . . إلى الحاسب الرقمي .

هل تحولت الهوية الاجتماعية والوطنية إلى أرقام؟ وهل تحول الإنسان إلى أرقام . تخيل نفسك في المواقف التالية : تتصل بصديق فأنت بحاجة إلى رقم الهاتف ، ترغب بزيارة صديق فأنت بحاجة إلى رقم الشارع ورقم الشقة ، أو العمارة ، ملفك في المخبرات) في الدول النامية (رقم ، ملفك الوطني) رقم (ورخصة القيادة والهوية ، وجواز السفر الرقمي ، والتلفزيون الرقمي ، والبث الرقمي . . . إلخ . نحن في مجتمع رقمي .

٥ - التقنية (Technology)

من أهم خصائص المجتمع المعلوماتي الاعتماد على الجانب التقني في تسيير الحياة الاقتصادية، والاجتماعية أكثر عن غيره من أنواع المجتمعات الأخرى. حيث تشكل المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونقلها اساس لنشاط المجتمع وتقود إلى استخدام تقنيات المعلومات (Information Technology, IT).

قبل حوالي (٥٠) سنة لم يكن هناك الكثير من الهواتف، أو الحاسبات، ولم تكن الشبكة العنكبوتية موجودة، أما اليوم ففي الولايات المتحدة أكثر من (١٨٠) مليون حاسب، وهناك على مستوى العالم العربي حوالي (٣, ١) مليون شبكة محلية، الجدول التالي يبين التطورات في التقنية الكونية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (١)

التطورات في التقنيات الكونية

٢٠٠٢	١٩٩٦	١٩٨٢	الفئة
٥٠٠ مليون	٤٠٠ مليون	آلاف	الحاسبات الشخصية
٢,٥ مليون	١,٣ مليون	آلاف	الشبكات المحلية
عشرات الآلاف	آلاف	مئات	الشبكات العريضة
عشرات الآلاف	آلاف	قلة	الفيروسات
٣٠٠ مليون	٣٢ مليون	لا يوجد	معدلات الوصول إلى WWW
١٩ مليون	١٧ مليون	آلاف	الفيديو لهجوم فضائي
١,٣ مليون	١,١ مليون	قلة	الفيديو في مجال ضبط نظم الاتصالات

المصدر التقرير الرئاسي لحماية البنية التحتية الحساسة (RPCCIP)، ١٩٩٧، ص.

الخصائص الاجتماعية

١ - التغير الاجتماعي (Social Change)

هناك تساؤلات حول نوعية التغيرات الاجتماعية المصاحبة للانتشار والتفجر المعلوماتي ، فهل ستحل التجارة الإلكترونية (الأمازون وآي بي e-Bay محل المتاجر المادية؟ وهل سيوفر التعليم عن بعد فرصاً للفقراء للتعليم بكلفة أقل من التعليم العادي؟ (Noam,1995) ، وهل سيحل التعليم عن بعد مشكلة الاختلاط في الجامعات والجدل القائم حولها في بعض الدول الإسلامية؟

ولقد وصف نائب الرئيس الأمريكي آل جور (Gore) التغير العام هذا العام : «إننا في عتبة ثورة متجذرة كالتغير في الاقتصادات مع الثورة الصناعية . قريباً فإن الشبكات الإلكترونية ستمكن الناس من تجاوز حواجز الزمن والمسافة والاستفادة من السوق الكونية ، وفرص العمل والتي لا يمكن تخيلها الآن وتفتح فرص اقتصادية وتطور» (موثق في Kovacich & Boin, 2000, p. 3).

٢ - الشبكات الاجتماعية - التقنية (SocioTechnical Networks)

إن العالم يمر بتغير اجتماعي واقتصادي رئيس ، وثورة صناعية ثانية من خلال تكنولوجيا معالجة المعلومات الخاصة بالاتصالات والحاسب (Halton,1985).

وكما يقول بلتون (Pelton) فإن ثورة المعلومات أدت إلى «تغير كل مجالات في عالمنا المعاصر ، أساس علاقات القوة يتغير - العسكري ، والسياسي ، والاجتماعي ، ولقد تشكل اقتصادنا وأعمالنا».

إن تقنيات المعلومات والاتصالات عملياً تمثل شبكات اجتماعية المظهر . ومن الشائع معرفته أن التقنيات ما هي إلا أدوات ، والسؤال هو حول أثرها الاجتماعي ، وهناك الكثير من الدراسات التي تناولت أثر التقنية في المنظمات الرسمية ، وخاصة في الأداء ، والتصميم . والبناء . . . إلخ . ولقد أظهرت بعض هذه الدراسات أن الحكومات المحلية والمنظمات الرسمية توظف وتطور هذه الدراسات .

إن الحكومات المحلية والمنظمات الرسمية توظف وتطور نظم معلوماتية مختلفة اعتماداً على نوع التنظيم الداخلي ، ففي البعض تم تطوير تحكم كبير من قبل الإدارة وتكونت مركزية كبيرة في المنظمات وفي حالات أخرى تكونت لا مركزية . ففي المنظمات الأمريكية قد تم تنظيم الكوادر التقنية بترتيبات مختلفة ، وتكوين تقنيات معلومات واتصالات مختلفة ، مع تطوير النظم وإعادة البرمجة والعمليات .

٣ - الحراك الحر (Free Mobility)

توفر خاصية ذوبان الحدود الجغرافية بين المجتمعات والدول إمكانية الحراك بلا قيود بين الأفراد والشعوب ، مما يتيح إمكانيات التفاعل الاجتماعي والثقافي بين شعوب العالم . فهذا الحراك جذلي فيه سفر بين المجتمعات ولكن الفرد لم يغادر منزله ، وفيه تواصل مع الشعوب عن بعد ، فيه تعلم وتعليم عن بعد ، فيه عمل وتسوق عن بعد ، فيه جريمة عن بعد ، فيه إدارة عن بعد . بالانتقال للأفكار والناس والسلع عبر طرق المعلومات أمر متوقع في مجتمع المعلومات . فيمكن أن تحل الانترنت مشكلة التسوق التقليدي والبحث عن المواقف والتنقل .

التغير المعلوماتي استخدم (على، ٢٠٠١) مصطلح (الشظايا الثلاثية: النهايات، والمبعدات والمنفيات لوصف البناء الاجتماعي لعصر المعلومات، والجدول رقم (٢) يبين أن عصر المعلومات، وعصر الاستنساخ اللامتناهي من المعرفة، عصر الأضداد، المعرفة قوة، والقوة معرفة، المعرفة تولد معرفة، المعلومات اقتصاد، والمعلومات سلاح، والمعلومات هدف للحرب، والمعلومات تفاعل، والمعلومات واقع وتخيل.

عصر نهاية الواقع وبداية التخيل، نهاية الجغرافيا والتاريخ والمكان والزمان، والكتاب، والعمل . . . وعصر الواقع التخيلي، عصر الفضاء (Cyberspace)، عصر الجريمة عن بعد، عصر حروب الألعاب الإلكترونية، عصر الهواتف بلا اسلاك، لا أرقام، وعصر المدرسة بلا أسوار، وعصر الشركة المتنقلة بلا تسجيل، عصر ما بعد الصناعة، وما بعد الحداثة، ما بعد المعلومات.

الجدول رقم (٢)

ثلاثية النهايات والمباعديات ومنفيات «بلا»

ما بعد الصناعة	مصانع بلا عمال	نهاية المكان
ما بعد الحداثة	تعليم بلا معلمين	نهاية المسافة
ما بعد الفورية	أفلام بلا ممثلين	نهاية التاريخ
ما بعد التيلورية	برمجة بلا مبرمجين	نهاية الجغرافيا
ما بعد الكينزية	مركبات بلا سائقين	نهاية الدولة
ما بعد الكولونيالية	مدرسة بلا أسوار	نهاية القومية
ما بعد السياسة	مجتمع بلا نقد	نهاية المدينة
ما بعد الكتابة	أقلام بلا أحبار	نهاية المدرسة
ما بعد الرمز	هواتف بلا أرقام	نهاية المدرس
ما بعد البترول	كتابة بلا أقلام	نهاية الكتاب
ما بعد الإنسانية	مكاتب بلا جدران	نهاية المؤلف
ما بعد عصر المعلومات	مكتبات بلا رفوف	نهاية الورق

المصدر على، ٢٠٠١، ص ١٥.

٤ - التفاعل التخيلي (Cyber Interaction)

ان تقليد السلوك البشري والحياة البشرية من الموضوعات التي آثارت اهتمام الإنسان من قديم الزمان ، وتتلخص هذه الفكرة بقول جورج برنارد شو (١٨٥٦ - ١٩٥٠) «يرى بعض الناس الأشياء كما تكون ، ويسألون لماذا ، ويحلم البعض الآخر بأشياء لم تحدث على الإطلاق ويسألون لم لا» (Harris. 1995).

ولقد أصبح التخيل من المواضيع المرغوبة والتي وصلت إلى درجة يصعب الفصل فيها بين الواقع والخيال ، لا بل سمي الواقع التخيلي أو الافتراضي إشارة إلى هذا النوع من الواقع . فظهرت الأفلام مثل حرب النجوم (Star Wars) والتي لاقت قبولا كبيرا .

إن ربط الملايين من البشر والمنظمات عبر ملايين من شبكات الحاسب يحول هذه الشبكة الالكترونية إلى شبكة اجتماعية (Social network) . هؤلاء الأفراد بعضهم لم يسبق له أن رأى أو سمع أو التقى بالبعض الآخر ، حتى أن بعضهم لا يتكلم لغة الآخر ، ولكن الشبكة كأداة جعلت ذلك ممكناً . يرى Mitchell (1995) أن فكرة الطريق السريع للمعلومات ، والطريق فائق السرعة قد أسس على فكرة اجتماعية مفادها أن المجتمع المعلوماتي قائم على التبادل المعلوماتي (Information exchange) ، وكما أن العلاقات الإنسانية تبادلية فإن أساس هذا التبادل الآن هو المعلومات ، وليس بناءً على المكان (Space) .

لقد أدت الانترنت إلى تغير في بعض المجتمعات (خاصة الغربية) من السياق في المكان العام إلى السياق في المكان الخاص ، وظهرت أعرافاً خاصة

بها، ولقد دعمت الانترنت من خلال الربط الالكتروني تحويل الحياة في المنزل والعمل إلى أنماط جديدة مغايرة في تراكيبها لما هو سائد في المجتمعات .

الخصائص الاقتصادية

١ - الاقتصاد الالكتروني (E-Economic)

قد تحولت النقود من ورقة إلى بطاقات إلكترونية، والتحويلات المالية والعمليات المصرفية المتناقلة داخل المجتمع وبين الدول كلها إلكترونية لقد جعلت المعلومات مكان النقود في العمليات المالية رقم حساب ورقم المبلغ والعنوان . . . إلخ . ان تعطيل، أو تخريب، أو تدمير قنوات الإتصال بين المؤسسات والأفراد من شأنه أن يهدد الأمن الاجتماعي للمجتمع بأسره .

ويعتمد الاقتصاد الحالي على المعلومات وأدواتها من حاسب إلى وسائل اتصال إلى برمجيات، ولقد بلغ رأس مال صناعات الحوسبة والاتصالات والإلكترونيات الاستهلاكية (٣) تريليونات دولار، ومن المتوقع أن تضخ مليارات الدولارات في تطوير طريق المعلومات الفائقة السرعة (The Information Superhighway)، ويلاحظ أن ملامح هذا الطريق قد بدأت فعلاً في التشكل، فسباق الشركات الناقلة للاتصالات (Carriers)، تتدافع نحو المكاتب والمنازل والمؤسسات وتتنافس في تقديم أفضل الكوابل المحورية (Coax)، لتتمكن من نقل المعلومات بكافة أشكالها (صوت، صورة، تفاعل . . . إلخ) وعلى مستوى العالم فإن كلفة تشييد طريق المعلومات فائق السرعة تبلغ أكثر من تريليون دولار، من المتوقع أن تنفق اليابان (٤٥٠) مليون دولار لعمل شبكة ألياف قومية بحلول

العام ٢٠١٥ م ، والولايات المتحدة (٢٠٠) مليون دولار وبريطانيا (٤٥) مليون ، ولقد دخل الرئيس كلينتون البيت الأبيض من خلال طريق المعلومات الفائقة السرعة حيث أعلن في حملته الإنتخابية عام ١٩٩٣ م أنه سيجعل هذا الطريق الأساسي للبناء التحتي الأمريكي مثله مثل نظام الطرق السريعة بين الولايات الأمريكية (Interstate Highway) (كليش ، ٢٠٠٠) .

يقول دراكر (Drucker) إن الجماعات الاجتماعية المتقدمة مجتمع المعرفة ستكون عمال المعرفة ومدراء المعرفة ، وعلى العكس من العمال في الرأسمالية فإنهم يملكون كل من وسائل الانتاج وأدوات الانتاج (Drucker, 1993, p 8) .

قال نائب الرئيس الأمريكي آل جور (Gore) في شهر (١٢ / ١٩٩٣) في كلمة نادي الصحافة الوطني :

«اليوم تنساب التجارة ليس على الطريقة السريعة الاسفلتية ، ولكن على الطرق السريعة المعلوماتية . . . فكر في البناء التحتي المعلوماتي الوطني كشبكة من الخطوط السريعة مثلها مثل الخطوط السريعة بين الولايات في الخمسينيات . هذه الخطوط السريعة تحمل المعلومات بدلاً من الناس والبضائع» (Gore, 1993) .

٢ - المهن الالكترونية (Cyberjobs)

من المقاييس الشائعة في تحديد ظهور «المجتمع المعلوماتي» هو مقياس التغير المهني ، ويرتبط تحديد التغير المهني مع المقياس الاقتصادي .

ويلاحظ أن المهن أصبحت (بين الحقول العلمية) ، ففي الجدول التالي يلاحظ أن كل مهنة قائمة بذاتها ، ويمكن تكون مهنة جديدة من أي عمودين

متجاورين) مدير تخطيط (، (تخطيط النظم)، (مدير النظم)، أو من ثلاثة أعمدة (مدير تخطيط النظم . . . إلخ). ويتوقع أن تزدهر مهن في السنوات القادمة، حيث لن يكون هناك حدود للطلب على وظائف الخدمات الإنسانية، وستزدهر وظائف الترفيه (الكتاب، والممثلون، والفنانون) ذلك أن زيادة وقت الفراغ ستؤدي إلى زيادة الطلب عن أعمال الترفيه. وسيزداد الطلب على البرمجة، وعلى علماء الحاسب، وسيزداد الطلب أيضاً على السائقين، والنادلين، والخدمات، والمرافقين، والبوابين، ورجال الشرطة، والمحامين، ومعلمي الدروس الخاصة. ومع زيادة عدد المسنين سيكون هناك طلب متزايد علي موظفي الرعاية الصحية (كاكو، ٢٠٠١م).

الجدول رقم (٣)

المهن البينية في عصر المعلومات

الإبداعي	التطوير	منسق
المشروع	استراتيجية	مستشار
المالية	السياسة	مدير
المصادر	تطبيقات	مشرف
الإنتاج	بحوث	مخطط

المصدر: البشري، والبدائية، ١٩٩٩، ص ٦٣.

الخصائص السياسية

لا تستطيع الحكومة أن تخطط خدماتها وتطورها دون معلومات ، وقد وفرت الحاسبات هذه الخدمة ، فالمعلومات عن السكان والصحة والدفاع والطاقة . . . الخ عنصر مهم في التخطيط الحكومي في هذه القطاعات .

استخدام الحاسب في بيان رأي المواطن في الناخب ، وتحليل بيانات الناخبين ومعرفة طلباتهم واتجاهاتهم ، إن بناء قاعدة من المعلومات حول سلوك الناس الانتخابي تمكن من التنبؤ عن من ينتخبونه في المستقبل ، ولن يحتاج المواطن في المستقبل الذهاب إلى مراكز الاقتراع والمرور بإجراءات المطابقة الأمنية والسياسية المتعبة ، وإنما يمكنه الاقتراع من المنزل .

١ - اللاحدود (Noboundaries)

في مجتمع المعلومات تذوب الحدود الجغرافية بين الدول ، ويصبح مفهوم الحدود زئبقياً . إن التطورات في عالم الاتصالات جعل مفهوم الحدود ليس ذا معنى طالما أن اجتيازه لا يتطلب إذناً أو جواز سفر أو تأشيرة دخول أو إقامة وافد . هذه الزئبقية تزداد يوماً بعد يوم . فمفهوم المياه الإقليمية والفضاء الإقليمي جعلها كالأرض (المشاع) الكل ينافس على احتكارها واستغلالها بالأقمار الصناعية والبوارج الحربية التي تجوب هذه الأمكنة وتسترق النظر والتقدير لما هو داخل بيوتنا جعلت مفاهيمنا الأمنية الشخصية والوطنية ليست ذات صلة . أنت تسافر وأنت موجود ، وتتسوق وأنت جالس ، وتخاطب الناس وترسل الفاكسات والرسائل الالكترونية إلى كل دولة من مكان فيه متسع للجميع ، هذه الخاصية في مجتمع المعلومات تجعل من إمكانية وجود مجتمع عالمي واحد لا يعترف بالحدود الفيزيكية بين الدول أمراً واقعاً .

ويرى هاندي واندرسون أن المجتمعات قد انتقلت من العالم المادي (Physical World) إلى الوجود التخيلي (Virtual Existence) في الفضاء .

٢ - الحكومة الإلكترونية (E-government)

لقد قامت العديد من الدول ببناء قواعد معلومات وطنية خاصة بها، وفي المجالات الحياتية المختلفة (مثل الأحوال المدنية، والإحصاءات السكانية . . . الخ) لا بل تحولت بعض الدول إلى الحكومة الإلكترونية (منها الإمارات العربية المتحدة)، مما يعني زيادة الاعتمادية على الشبكات في إنجاز المعاملات والاتصالات . . . الخ. إن وصول المجرمين إلى هذه القواعد وتدميرها أو تزويرها يشكل خطراً بالغاً على أمن الدولة. ولا بد من الإشارة هنا إلى أهمية حماية هذه القواعد وحفظ نسخ احتياطية في أماكن متنوعة وأمنة لمواجهة مثل هذه الظروف. وهذا يذكر بما قام به الصرب من طمس هوية الألبان في إقليم كوسوفو، وجعلوهم بلا مأوى أو هوية (Nameless & Homeless)، وذلك من خلال تدمير وحرق الوثائق الشخصية والرسمية في الإقليم والتي بحوزة السكان (CNN, 1999).

الخصائص الثقافية

١ - الثقافة الكونية (Global Culture)

في مجتمع المعلومات توحد المكان وذابت الفوارق بين الدول، قد تشكل ثقافة كونية ناتجة عن الانتشار الثقافي لكل مجتمع، والاكتماب الثقافي المتبادل بين الثقافات لتشكل في النهاية ثقافة اجتماعية عالمية. وعلى الرغم من أن هذه الثقافة قد أصبحت مظاهر تشكلها واضحة بفعل التقارب الحضاري بين المجتمعات، فقد أصبحت ترى الملابس (والموضة) تنتشر في

كل مكان، وترى أنواع الطعام الشرقي منها والغربي ومع مرور الزمن قد لا نجد مثل هذه التسميات (طعام صيني، أو عربي، أو... إلخ). فالمعايير الدولية تشكل أساس لهذه الثقافة، فعدم الاعتداء وحل الخلافات بالطرق السلمية ووقوف المجتمع الدولي ضد المعتدي، ومنظمات الأمم المتحدة هي بدايات لهذا التشكل. وعلى الرغم أن المجتمع الدولي هو مجتمع واحد.

وتُعد الانترنت من أهم الوسائل التقنية التي ساهمت في تكوين ثقافة عالمية من خلال إمكانية التواصل العالمي بين الأفراد، والفرص المتاحة للتعرف على الثقافات الاجتماعية الأخرى. إن توافر المعلومات بشكل كبير، وإمكانية استرجاعها بفترة زمنية قصيرة، والإطلاع عليها جعل إمكانيات الفهم الثقافي العالمي أكبر من أي وقت سبق. إن امتياز شبكات الانترنت بإمكانية التواصل ليس المكتوب فقط وإنما المشاهد، والمسموع، والفاعل بطريقة تفاعلية (Interactive) مكن ليس من التقارب الثقافي وإنما من التواصل والتقارب المكاني بين الأفراد رغم اختلاف الزمن والمكان والثقافة. يدعم هذا نظام الشبكة الذي أصبح يحمل إمكانيات الترجمة والكتابة بلغات متعددة.

٢ - العولمة (Globalization)

العولمة ليست ظاهرة جديدة في جوهرها بمعنى الانسياب الاقتصادي والتجاري والثقافي بين الدول والمجتمعات. فانتشار الثقافات بين المجتمعات في اللغة، والسلوك، والقيم، وعادات اللباس والطعام من الأمثلة الشائعة في هذا المجال. وكذلك الحال في العلوم، فانتقال العلم بين الشعوب وتأثرها المتبادل ظاهرة معروفة عبر التاريخ. فعلماء المسلمين استفادوا من علماء في ثقافات أخرى، فابن سينا قد تأثر بابي قراط، وابن

رشد بأرسطو . إن التطورات في وسائل المواصلات والاتصالات وشبكات الحاسب ذات تأثير رئيسي في كافة الذخائر التقنية والمعنوية والثقافية بين الشعوب والمجتمعات ، ولا يتوقف الأمر على عولمة التكنولوجيا ، والحاسب ، والثقافة والطعام الصيني وإنما رافقها عولمة في ربط الدول النامية مع الدول المتقدمة أدى إلى حراك فعلي والكتروني للمجتمعات خاصة بين المجتمعات النامية والصناعية وما بعدها ، مما أدى إلى عولمة السوق الدولية ، فديون المجتمعات النامية وزيادة الفوارق في الدخل بين الدول أسهمت في رفع الجريمة الدولية وخاصة المخدرات ، كل هذه الظروف جعلت من الجريمة عابرة (Transntional) للحدود الوطنية ، ودولية (International)) ومتداخلة (Interdependence) بين الدول (Shelley, 1990)

تعد العولمة أوضح خصائص عصر المعلومات ، فبفعل الشبكات والاتصال والإعلام الفعال بين المجتمعات ، غدا المجتمع الدولي كينونة واحدة ، فتكونت الشركات متعددة الجنسيات واندمجت كبرى الشركات لتكون وحدة واحدة مسيطرة في مجال أعمالها من مثل اندماج شركة مرسيدس بنز الألمانية وشركة كريسلر الأمريكية . فالعولمة لم تقتصر فقط على العولمة الاقتصادية التي تنطلق من أن السوق العالمية واحدة وهي ملك للجميع ولهم الحق في التنافس فيها وهذا ما أدى إلى وضع اتفاقية (الجات) . فتهديد الأمن لم يعد مشكلة وطنية أو إقليمية بل غدا مشكلة عالمية ، ولا غرابة في أن نرى الاهتمام العالمي من كافة الدول الصناعية والنامية بمواضيع تهددهم جميعاً كتلوث الأرض ، والأوزون ، والجريمة ، والسلام ، والأمن العالمي . وفي المجتمع المعلوماتي فإن استتباب الأمن ليس قضية محلية أو وطنية وإنما عالمية ، فالذي يخرق عرفاً أو قانون لا تتوقف إثارة

عند الحيز المكاني الضيق الذي يعيش فيه ، ناهيك أن طبيعة السلوكيات الإجرامية ستكون مختلفة في طبيعتها وبالتالي فإن عولمة الانحراف سمة من سمات عصر المعلومات .

وبما أن المجتمع الكوني في عصر المعلومات مجتمع كلي فإن محصنات الأمن ستكون محط اهتمام الجميع وأن تهديد الاستقرار العالمي ذات تأثيرات سلبية على الجميع . وفي عصر المعلومات قد لا يكون تحكم الدولة بحدودها أمراً ممكناً بالوسائل التقليدية . ففي وجود أقمار التجسس والأطباق الفضائية . لم تعد السيادة الوطنية ممكنة .

٧ . ٣ . العمليات النفسية والإعلام الأمني

٧ . ٣ . ١ مقدمة

تعني العمليات النفسية (Psychological Operations) ، العمليات المخطط لها لتمرير معلومات متتقة ومؤثرات لمستمعين أجنبى للتأثير على عواطفهم ، ومعتقداتهم ، ودوافعهم وتبريراتهم الموضوعية ، وسلوكياتهم ، وبشكل كبير على سلوك الحكومات الأجنبية والمنظمات ، والجماعات ، والأفراد .

وتهدف العمليات النفسية (Psyop) إلى إغراء ، أو تعزيز الاتجاهات الأجنبية ، والسلوكيات المحببة لأهداف المرسل وعند تطبيق العمليات النفسية فإنها تضعف الروح المعنوية وتخفف الفاعلة لقوى العدو وقد تؤدي إلى عدم الطاعة ، وإلى اللاتعاطف عند هذه الأطراف . وتعد العمليات النفسية جزءاً من النشاطات السياسية والاقتصادية والمعلوماتية لبلدان معلوماتية مثل الولايات المتحدة الأمريكية .

تظهر الأقوال التالية الأهمية العالية للعمليات النفسية، فيقول جيلدار - أن أعلى رأسمال هو رأسمال العقل والروح البشرية (Girdler, 1989, p.12) أما ستين فيقول - إن هدف حرب المعلومات هو العقل البشري خاصة العقول التي تتخذ قرارات الحرب والسلام (Stein, 1980, p. 849).

والعمليات النفسية من أقدم الأسلحة المستخدمة في الحرب، العمليات النفسية (Psychop)، أو الحرب النفسية (Psywar) هي ببساطة أن تعرف كل شيء عن عدوك. تعرف معتقداته، ورغباته، وقوته، وضعفه، وانكشافاته (الثغرات). عندما تعرف الدوافع التي تحرك خصمك تكون جاهزة لبدء الحرب النفسية.

العمليات النفسية هي الاستخدام المخطط للاتصالات للتأثير على الاتجاه والسلوكيات البشرية، سلوكيات وعواطف، واتجاهات في الجماعات المستهدفة تدعم تحقيق الأهداف الوطنية. أما طريقة الاتصالات فيمكن أن تتراوح بين نشر معلومات من خلال الدعاية (كلمة تنقل)، أو من خلال وسائل الإعلام. إنها حرب العقل (A War of Mind). الأسلحة الرئيسة فيها هي النظر (Sight)، والصوت (Sound). ويمكن نشرها بالاتصالات أو الوسائل المرئية (المنشورات، والصحف، والكتب، والمجلات، والعروض). فالسلاح هنا ليس بالوسيلة التي تحمله، ولكن بالرسالة التي يحملها وكيف تؤثر في المتلقي.

قال صن تزو (Sun Tuz): «إن الاستيلاء على جيش العدو بأكمله أفضل من تدميره، ولكي تفوز مئة مرة في مئة معركة، فإنه ليس قمة المهارة إخضاع العدو دون قتال، أنه الامتياز الأعلى (Supreme Excellence). وبالتالي فإن من الأهمية بمكان في الحرب هو محاربة استراتيجية العدو،

وثانياً تخريب (Disrupt) حلفائه بالدبلوماسية والأفضل تالياً هو مهاجمة جيشه وأسوأ سياسية أن تهاجم المدن». والأمثلة التالية تبين أهمية انتقاء الكلمات : كيف تشعر وأنت ترى علم الولايات المتحدة يرفرف؟ وما شعورك عند سماع النشيد الوطني؟ ما رأيك «ليحفظ الله الولايات المتحدة». الصوت والموسيقى عاملان هامين في دفع العواطف إذا اقترنت بالرسالة المناسبة لقد قيل أن القلم أقوى من السيف ، وذلك أن استخدم بشكل مناسب ، فإن الكلمات تدخل لإثارة طموح ودافعية الآخرين .

«أعطني الحرية أو الموت»

«أعتذر لأن لي حياة واحدة لأعطيها لبلدي»

« لا تسأل ما يمكن أن تفعله بلدك لك بل أسأل ما يمكن أن تفعله أنت لبلدك» .

لقد استخدمت العمليات النفسية بكثرة في الحرب العالمية الثانية ، وركز الألمان وخاصة هتلر على إظهار عدم رضا المؤيدين للجناح التقدمي اليساري واليمين من خلال تركيزه على فشل هذه الأحزاب في حل المشكلات الناجمة من الظروف المفروضة على ألمانيا ، ومن ثم تقدم باسم الشيوعية الوطنية لحركة واحدة قادرة على توحيد البلاد ، ومركزاً في خطابه على الفخر والوحدة ووضع اللوم على أعداء ألمانيا .

٧ . ٣ . ٢ أنواع العمليات النفسية

هناك أربع فئات من الحرب النفسية العسكرية والموجهة ضد الخصم (الهجومية) هي :

١ - العمليات النفسية الاستراتيجية (Strategic Psyop) وهي نشاطات معلوماتية دولية تقوم بها الدولة للتأثير على اتجاهات الخصم وإدراكاته

وسلوكياته باتجاه محبب لتلك الدولة وأهدافها، وعادة ما تنفذ هذه البرامج خارج الدولة وخارج النطاق العسكري .

٢- العمليات النفسية العمليانية (Operational Psyop) . وعادة ما تنفذ قبل الحرب وخلالها وأيام الصراعات ، وقد تكون موجهة لبقعة جغرافية معينة أثناء الصراعات المفتوحة .

٣- العمليات النفسية التكتيكية (Tactical Psyop) . وتنفذ في منطقة لقائد تكتيكي خلال الصراعات أو الحرب لدعم هدف تكتيكي ضد الخصم .

٤- العمليات النفسية التماسكية (Consolidated Psyop) . وتنفذ في المناطق الأجنبية العدائية والتي تكون محتلة من طرف الدولة ، ويوجد فيها خصم أو جماعات عدائية للدولة ، وتنفذ لإنتاج سلوكيات مؤيدة وداعمة لأهداف الدولة .

وتهدف العمليات النفسية إلى خفض الروح المعنوية وفعالية القتال داخل الرتب العسكرية لدى العدو ، وخلق فوضى وعدم ثقة بين أفراد العدو ، وحمايتها من عمليات الخداع والتأثير المضاد ، وتوفير التعاون والوحدة ، والروح المعنوية لدى قواتنا والحلفاء ومع المقاومة خلف خطوط العدو (Fulford, 1996) .

٧ . ٣ . ٣ مبادئ العمليات النفسية

١- الزمن : يمكن أن تكون العمليات النفسية قصيرة الزمن أو طويلة الزمن للتأثير على الخصم ودعم القوة والجيش .

٢- الهدف : يجب أن يكون هدف العمليات النفسية محدداً وواضحاً .

٣- الفعاليات : يجب أن يكون موضوع العمليات النفسية ونشاطاتها

ورموزها مبنية على تحليل الهدف بما في ذلك الإمكانيات الصديقة والعدوه ومناطق القوة والضعف .

٤- يجب تقييم جميع الأعمال العسكرية من حيث مضامينها النفسية، وإمكانية دعمها للأفعال النفسية المقصودة لكي يتجنب آثارها السلبية وتعزيز آثارها الإيجابية .

٥- يجب أن تكون وسائل الإعلام المختارة لنقل العمليات النفسية موثوقة وأن تكون ممكنة الوصول من قبل الجمهور المستهدف .

٦- الاستغلال السريع للمواضيع النفسية غالباً ما يكون حرج . إن تخطيط الإجراءات، والفحص القبلي، والموافقة على الإجراءات يجب أن تكون مطورة لاستغلال عمليات الزوال .

٧- يجب تقييم نتائج العمليات النفسية دائماً كلما أمكن ذلك لمعرفة مدى صلتها بالهدف الأصلي والأهداف الوطنية والعسكرية .

٨- تؤثر العمليات النفسية في الذين يقاتلون في الميدان، وبالقيادة العسكريين والجنود، والقيادة السياسيون، والجمهور المدني (Fulford, 1996) .

والواقع كما نجد يتحدد بما ندركه- ما نسمع ونرى ونخبر . إن تفسيرنا لهذه المدركات يؤثر في الأفعال التي نتخذها من شراء السيارة إلى إعلان الحرب .

٧ . ٣ . ٤ إدارة الإدراك النفسي

تعني إدارة الإدراك عمليات المعلومات الهادفة إلى التأثير في إدراك الآخرين بقصد التأثير على عواطفهم وتبريراتهم (السلبية)، وقراراتهم وبالتالي أفعالهم . أنها مرتبطة بالعمليات النفسية والتي تهدف إلى التأثير

على السلوك من خلال التأثير على نفسية الفرد من خلال الخوف والرغبة والمنطق والعوامل العقلية الأخرى . وقد تكون موجهة إلى فرد أو جماعة أو مجتمع . تصل العمليات العدوانية إلى عقول المجتمع من خلال المحتوى في المجال المعلوماتي المجتمعي ، والوصول إلى المجال المعلوماتي المجتمعي يكون من خلال وسائل الاتصال ، وأي وسيلة اتصال يمكن أن تستغل بما في ذلك الاتصالات وجهاً لوجه ، والاتصالات المطبوعة ، والبث ، والشبكات . وتعني إدارة الإدراك الانتقاء الإعلامي الجيد أو الرديء للتأثير على الآخرين . ومن أمثلة وسائل الاتصال في الوصول إلى المجتمع التلفزيون ، الكثير من الناس يشاهدون التلفزيون أكثر من أي وسيلة أخرى ، حيث التغطية الدولية الكبيرة للأحداث .

لقد حدد الفن وهايدي توفلر ستة أدوات الهجوم والدفاع .

١- الاتهامات الوحشية (الصحيحة والكاذبة) (Atrocity Accusations) من مثل قصة حاضنات الأطفال الكويتيين الذين أتهم الجيش العراقي بقتلهم إبان حرب الخليج .

٢- تضخيم الدعاية (Hyperbolic Inflation) : مثل وعود الرئيس بوش بأن حرب الخليج هي من أجل نظام عالم جديد وحرية العراق وتحرير العراق وأسلحة الدمار الشامل .

٣- سلاح الدعاية (Propaganda Weapon) : وهي تستخدم خاصة في التحقير (Dehumanization) أو/ الشيطنة (Demonization) . وكما وصف الخميني أميركا بالشيطان الأكبر ، وصف الرئيس بوش الرئيس العراقي بهتلر .

٤- الاستقطاب (Polarization) ، إذا لم تكن معنا فأنت ضدنا .

٥- التنبؤ بالعقاب (Divine Sanction) من مثل طلب بوش مساعدة الرب .

٦- إبطال الدعاية (Meta-Propaganda) وهي الدعاية التي تبطل مفعول

الدعاية المضادة . (Toffler & Toffler, 1993) .

الصور والأصوات يمكن أن تكون أدوات مؤثرة في العقل ، ويمكن تحديد الوسائل التالية في حرب المعلومات الهجومية ، والخاصة بإدارة الإدراك :

١- الكذب (Lie)

الكذب أحد أدوات إدارة الإدراك والتي تهدد مصداقية الناقل الإعلامي للكذب . وهذا يشمل المواطنين الذين يعتمدون على الإعلام كمصدر للمعلومات أو أولئك المهتمين بالمعلومات والذين يؤذون من نشر الكذب (Falsehoods) . وأحياناً تقوم الحكومات بنشر دعاية كاذبة عبر التلفزيون وفي الوقت ذاته تراقب وتحرر ما ترغب به وتمنع من ظهور اتجاهات مضادة لموضوع الدعاية ، وفي عصر المعلومات سهلت التقنية الرقمية علمية فبركة (Fabrication) أو تزوير المعلومات . فالوثائق يمكن أن تنشأ وينتقي تحريها ، والأشرطة يمكن قطعها وتوصيلها معاً ، والصوت يمكن انتقاء المقاطع وتكوين الكلمات التي لم يقلها الشخص . وعلى الرغم أن وسائل الاتصال يمكن ترقيعها وتزويرها إلا أن الناس يثقون بما يرون (Denning, 1999) . ويستخدم الكذب للتأثير على معنويات الناس ، أو تغيير اتجاهاتهم ، أو دعم موقف معين سياسي أو اجتماعي ، ويكثر استخدام ذلك في الحروب لخفض الروح المعنوية عند العدو من خلال المبالغة في خسائره ، ورفع الروح المعنوية للطرف الآخر من خلال ابخاس الخسائر .

٢- التشويه (Distortion)

هناك عدة طرق يمكن تشويه المعلومات بها وعن قصد، فيمكن حجب عناصر أو معومات مهمة أو إيقافها، أو حذفها، أو تحريفها. المعلومات يمكن أن تستخدم بطرق مضللة يمكن عرض جزء ما وإهمال الجزء الآخر. ومن الأمثلة على ذلك في عام ١٩٩٧م أذاعه التلفزيون اليوغسلافي أبان حرب البوسنة شريط محرف من الأخبار عن مؤتمر صحفي قدم من المدعى العام للأمم المتحدة لويس أربور (Louise Arbour) وكان المذيع الاكسندر ايفنكو (Alexander Ivanko) والذي يدعم الرئيس رادوفان كرادزك (Radovan Karadzic) قد قطع عبارات المدعي العام واحل محلها تعليق «التحرك ضد الغرب» والانتقال من مؤسسة قانونية إلى إدارة سياسية تهدف لوضع الضغط على الغرب» وصوت خلفي يصف الرئيس بأنه بطل. أما الشريط الأصلي فقد طالب اربور (Arbour) باعتقال الرئيس كرادزك، وقال أنه يجب أن يحاكم على المجازر والجرائم ضد الإنسانية.

٣- التحريف (Fabrication)

تقوم المؤسسة العسكرية بتحريف الحقائق والمعلومات وفبركت الكذب للحصول على ميزات ضد العدو. ومن الأمثلة في الحرب العالمية الثانية ما قام به الإنجليز في خداع الألمان في الابتعاد عن سيسلي (Sicily) بعد هزيمة الألمان في شمال أفريقيا، أصبحت سيسلي أفضل موقع لغزو أوروبا، والمشكلة الوحيدة لدى الألمان هي تحصين سواحلها الجنوبية. وجاءت الفكرة الإنجليزية بوضع أوراق معطنة (Bogys) في جثة شخص هالك من المتوقع أن يقع في أيدي الألمان، وقد وضعت الجثة كما لو كانت احترقت من تحطيم طائرة في البحر، أوراق مزورة لهوية، وطلبات تحويل،

ونقود، ورسائل، وصور لصديقة، وفواتير غير مدفوعة. ولقد سبحت الجثة، ووصلت إلى الأسباب وسلموا المعلومات للألمان وهي تحمل الأوراق، بأن هناك هجومان للحلفاء على سردينا وكلاماتا، وبعد بدأ الألمان بوضع الألغام في البحر تجاه كلاماتا بدلاً من سيسلي، وهذه العملية أنقذت حياة مئات الآلاف من الأمريكيان والإنجليز (Motague (Yeo & Killo, (nd) 1954).

ومن الأمثلة المروعة في هذا المجال في ٣/٦/١٩٨٠، قام الكولونيل وليام أودوم (Odom) المساعد العسكري لمستشار الأمن القومي زيجينو برجينسكي (Brgezinski) قد أفاق رئيسه منتصف الليل لاعلامه أن الروس قد أطلقوا (٢٠٠) صاروخ على الولايات المتحدة، وأراد برجينسكي أن يتأكد من القنابل الأمريكية جاهرة للرد المضاد، وعلم أن (NORAD) يذكر أن (٢٢٠٠) قد أطلقت في هجوم شامل، وكان برجينسكي على وشك إعلام الرئيس الأمريكي جيمي كارتر، وتبين أن فلماً من المناورات العسكرية قد غذي للحاسب (NORAD) بالخطأ (Associuted Press, 1997).

أما الخداع فوصفه صن تزو (Sun Tzu) بأن جميع الشؤون الحربية قائمة على الخداع (Deception)، ويقول: عندما تكون قادرين على الهجوم يجب أن نبين إننا غير قادرين، وعند استخدام قواتنا، يجب أن نظهر بأننا غير فاعلين وعندما نكون قريبين يجب أن نجعل العدو يعتقد أننا بعيدين جداً، وعندما نكون بعيدين جداً يجب علينا أن نجعله يعتقد أننا قريبين جداً» (Tzu, 1983).

٤- الفسوق (Hoaxes)

الفسوق هو قصص ملفقة القصد منها التسلية أو إثارة الخوف، ويعد

الانترنت من أفضل الأمكنة لنشر قصص الخوف ، فخلال دقائق تصل القصة الكاذبة إلى آلاف الناس ، وبمختلف المواضيع ، وخاصة مواضيع الفيروسات أو القصص الكاذبة حول الأشخاص أو الشركات لتدمير سمعتها . الخداع في انتقاء المعلومات ، ويهدف إلى تكوين معلومات مضللة لإرباك طريق العدو في الحياة ، وانهيار البناء الاقتصادي له ، توحجيم قدراته على اتخاذ القرار ، وخفض فعالية قواته العسكرية .

٥ - الخداع (Deception)

يعد الخداع متعدد الأشكال ، ويستخدم مع جميع العمليات العسكرية ، وقدما وقبل حوالي (٢٥٠٠) سنة ، ذكر صن تزو في كتابه الشهير — جميع الشؤون الحربية مبنية على الخداع كما أن قصة حصن طروادة معروفة وتتراوح أعمال الخداع من البسيط ، أشرطة دمج (Mig) في فيتنام إلى غزو نورماندي (Normandy) .

طبقت خدعة «جراب المئونة» (Haversack) في عام ١٩١٧م في الحرب بين الإنجليز والأتراك في فلسطين ، وكان لواء إنجليزي يدعي منيهيرتزهاجن (Menihertzagen) قد خدع الأتراك بجعلهم يعتقدون أن الهجوم الإنجليزي سيكون إنزال ثنائي (Amphibious) في غزة في ١١ / ٤ في الوقت الذي كان فيه الهجوم الحقيقي سيكون بيرشيفع في ١٠ / ٣١ . وقد قام اللواء بتوزيع بيانات خاطئة في رسالة مشفرة بعد أن سمح للأتراك بحل إحدى رموز الراديو وبقصد فقد جراب مؤنثه الذي يحوي وجبة الغداء ملفوفة بوثيقة رسمية تؤكد الهجوم في ١١ / ٤ على غزة ، ويبعد الأنظار ويؤكد الخدعة فقد بذل جهداً كبيراً في البحث عن جراب مؤنثه ، مما جعل الأتراك ينقلون جنودهم إلى المكان الخطأ في ١٠ / ٣ ، وكان خط المعركة

الذي حصن لأشهر قدم اجتيازه من الإنجليز في ١١ / ٩ وكانوا في القدس
(Fowler & Neshit, 1995).

ولكي ينجح الخداع لابد من ملاحظة الخداع من قبل العدو، وتحليل
الخداع كواقع، والفعل بناءً على الخداع وفق أهداف الخداع (Fogleman &
Widnall, ND).

لقد استخدم المصريون الخداع «الاشتراط» كنوع من الخداع ليتمكنوا
من مفاجئة الاسرائيلين في عبور القناة عام ١٩٧٣ م. ولعدد من السنين دأب
المصريون على التدريب المتكرر، حيث تجهز الإسرائيليون له في البداية،
وبعدها تكونت لديهم قناعة بأن ذلك تدريب روتيني دفاعي. وقد تمت
الاستعدادات المصرية في عام ١٩٧٣، وكانت تحت غطاء تدريبات روتينية
دفاعية، وجعل الإسرائيليون يعتقدون أن المصريين يقومون بذلك كإجراءات
دفاعية وأنهم يخشون انتقام إسرائيل لحادثة ميونخ. ولقد سهل هذا الخداع
عبور المصريين للقناة وتحقيق مفاجأة لدى الإسرائيليين.

٦- الهندسة الاجتماعية (Social Engineering)

تعني الهندسة الاجتماعية اكتساب المعلومات الحساسة، أو ميزات
الوصول غير المناسبة من قبل الخوارج بناءً على إقامة علاقات ثقة غير ملائمة
مع الداخليين. انه فن انتقاء الأفراد ليفعلوا أشياء ما كان ليفعلوها في الوضع
الطبيعي، والهدف هو خداع شخص ما لتقديم معلومات قيمة، أو وصول
للمعلومات، ويركز على الطبيعة البشرية مثل الرغبة في المساعدة، أو الرغبة
في الثقة بالآخرين، والخوف من الوقوع في المشاكل، ومؤشر الهندسة
الاجتماعية الناجحة هو الحصول على المعلومات دون إثارة الارتباب (Tims).

2001). ومن الأمثلة تبني المعارضة لنظام ما وتجنيد لها لتجند هي بدورها أفراداً من داخل المجتمع المعني .

ويمكن تصنيف الهندسة الاجتماعية إلى نوعين هما الهندسة الاجتماعية البشرية، والهندسة الاجتماعية الحاسوبية، وتعني الهندسة الاجتماعية البشرية التفاعلات (فرد-فرد) للحصول على المعلومات المرغوبة . أما الهندسة الاجتماعية الحاسوبية فتعني استخدام برامج الحاسب في الحصول على المعلومات المرغوبة . وتشمل الهندسة الاجتماعية البشرية الأشكال التالية :

١- التمثيل (Impersonation) . وهو قيام شخص بالادعاء، ويمثل أنه موظف جديد يطلب المساعدة، ويدعي أنه نسي كلمة الدخول، ويطلب من الاستعلامات أو طاوله المساعدة إعادة تجهيز ذلك له لأخذ كلمة جديدة . وفي هذه الحالة يكون لدى الدخيل معلومات كافية عن الشخص الذي يمثله .

٢- المستخدم المهم (Important User) : ولكي يحصل الشخص على المعلومات بسرعة، فإن ادعائه بأنه مساعد الرئيس يعجل ويسهل في حصوله على المعلومات وخاصة وأن موظف المساعدة لا يتوانى عن تقديم المطلوب لمساعد الرئيس .

٣- الطرف الثالث (Third Party) : ويمكن للهندسة الاجتماعية استخدام اسم طرف ثالث له صلاحيات الحصول على المعلومات، وقد يقول أن فلان قد طلب مني الاتصال بكم للحصول على كذا قبل أن يسافر .

٤- الدعم الفني (Tech Support) : ويمكن للهندسة الاجتماعية استخدام وتمثيل دور الداعم الفني الذي يرغب بمعاينة الأجهزة والبرامج بموجب العقود أو أنه قادم بناءً على طلب الإدارة .

٥- الدخول الشخصي (In person) : ويمكن للهندسة الاجتماعية الدخول كشخص يرتدي الزي الرسمي للمؤسسة ، أو كضيف أو كعامل خدمات ، ويمكن تعيين موظفي النظافة للبحث عن المعلومات المهمة في الشركة .

٦- البحث في القمامة (Dumpster Diving) : وهو البحث في القمامة الخاصة بالشركة المستهدفة .

٧- النظر من خلف الكتف (Shoulder Surfing) : النظر من كتف الشخص لمعرفة ما يطبع أو ما أمامه من معلومات .

أما الهندسة الاجتماعية الحاسوبية فتشمل الأشكال التالية :

١- النوافذ النازلة (Popup Window) : يظهر على الشاشة نافذة أحياناً تعلم المستخدم أنه فقد الاتصال مع الإنترنت مثلاً ، وأن عليه الدخول مرة أخرى (كتابة اسم المستخدم وكلمة المرور) . ويكون هناك برنامج قد تم تحميله لينقل معلومات المستخدم ويرسلها إلى حاسب الدخيل .

٢- ملحق البريد (Mail Attachment) ويمكن إخفاء البرامج في ملحقات البريد الإلكتروني ، والتي يمكن أن تنشر الفيروس وتدمر الشبكات ، وهذا يشمل الفيروس ، والديدان ، وحصن طروادة ، وعادة ما تحمل الملحقات عناوين جذابة مثل «أحبك» .

٣- بريد القمامة (Spam) ، ورسائل السلة (Chain Letters) ، والخداع (Hoaxes) كلها تعتمد على الهندسة الاجتماعية في الانتشار .

٤- مواقع الشبكة (Web Sites) . إن توفير شيء مجاني ، أو فرصة في الربح من الأشياء الجذابة ، ولكي يتم ذلك يطلب الهندسة الاجتماعية البريد

الإلكتروني للشخص ، غالبية الناس يضعون كلمة المرور هي ذاتها اسم المستخدم (Tmis, 2001) .

وعامة فإن الهندسة الاجتماعية تقوم على انتحال شخصية موظف جديد لا يعرف بالنظام ولا بالحاسب ، فيقوم بالاحتكاك بالموظفين ، أو الإدارة لطلب المساعدة . وان هذا الشخص (المتحلل للشخصية) لا يتذكر اسم الاستخدام ، أو كلمة المرور وأنه في حاجة ماسة للدخول للنظام ، ويمثل الدخيل هنا دور الشخص الهام (VIP) في الشركة لإخافة الإدارة للحصول له على ما يطلب . ولذلك لا ينصح مساعدة أي شخص إلا بعد التحقق من أنه الشخص الرسمي ، ولا تقدم أية معلومات عن حاسبك ، أو أي حاسب آخر أو عن الشركة ، أصر على التأكد من هوية المتصل ، ولا بد من التأكيد على حساسية كلمات المرور التي يجب أن لا يعرفها غيرك ، وعند الاستعانة بخبراء من خارج المؤسسة فيجب مرافقتهم حتى الانتهاء من العمل من قبل الإدارة (Guttman; Forey & Malking, 1988) .

٦- الانتقاد العلني (Denouncement)

يشمل الانتقاد العلني رسائل تشويه ، أو تقليل من الشأن ، أو تحقير شخص الخصم ، وتهدف إلى سحب الدعم عن الخصم ، أو كسب مجادلة ، أو برامج ، أو المضايقة ، أو إشارة الكراهية والاتهامات . ويمكن أن تكون بناءً على دعايات أو كذب ، ونظريات المؤامرة شكل من هذه الأشكال ، وخطابات الكراهية شكل آخر ، وهي شائعة بين المرشحين في حملات الانتخابات ، ويقع بعضها تحت ما يسمى الدعاية السلبية أي أن الخصم يركز على الصفات السلبية لخصمه بما فيها إضارة الفضائح والمخالفات أو المشكلات مع القانون مثل تعاطي المخدرات في مرحلة عمرية معينة للخصم .

أ- نظرية المؤامرة (Conspiracy Theory): يعد الانتقاد العلني صيغة من نظرية المؤامرة، حيث تتناول وسائل الإعلام موضوع ما وتركز الانتباه عليه لابخاس جماعة معينة. فبعد مقتل الأميرة ديانا في عام ١٩٩٧م، انتشرت الدعايات في رومانيا أن الموساد الإسرائيلي خلف العملية، حيث تقول الدعاية أن الاسرائيلين لا يرغبون أن تكون أم الملك المستقبلي لبريطانيا متزوجة من عربي. وبعد تحطيم طائرة (TWA) الرحلة ٨٠٠ عام ١٩٩٦م، انتشرت دعاية تقول أن البحرية الأمريكية قد أسقطت الطائرة. وفي دراسة مسحية ل واشنطن بوست (Washington Post) عام ١٩٩٧م بينت أن (٣٩٪) من العينة يعتقدون أن البحرية الأمريكية قد أسقطت الطائرة، وأن (٥٠٪) من العينة يعتقدون أن استخبارات أجنبية من كواكب أخرى زارت الأرض يحتمل أن تكون هي السبب.

ب- تشويه السمعة الشخصية (Defamation): تشويه السمعة الشخصية جزء من العمليات النفسية التي تهدف إلى تدمير سمعة واسم الطرف الآخر من خلال نشر معلومات كاذبة عنه، وقد تأخذ شكل الافتراء (Slander) أو الطعن (Libel) حيث يركز الافتراء على الاتصالات الشفوية فيركز الطعن على الكتابة. ويشمل تشويه السمعة الشخصية إلى الكراهية والسخافة (Ridicule)، والحققد (Contempt). فقد تدمر علاقات ذلك الفرد مع الآخرين، إن الطعن والافتراء غير محمية قانونياً في كثير من الدول، ولذا يمكن أن تستخدم للأضرار بالآخرين.

وتعد الانترنت وسيلة فعالة في الطعن، حيث أن أي شخص يمكن أن يترك أو يعلق (Post) أي شيء إلى القراء حول العالم، وأحد النتائج هي أن السمعة الشخصية قد تدمر بضغط مفتاح من لوحة المفاتيح ومن القضايا في

هذا الموضوع ما ربحه الاسترالي (٤٠, ٠٠٠) دولار ضد عالم الاثروبولوجيا شوه سمعته الشخصية في علم الاثروبولوجيا بوضع رسالة أخرى إحدى خدمات الانترنت الدولية حيث تقول الرسالة أن مهنته وسمعته مبنية على قدرته على العنف والاستبداد وأنه متخلف» وأنه قد انغمس في سلوكيات جنسية مع الأطفال» (Lang, 1994).

٨ - التحرش (المضايقة) (Harassment):

التحرش أو المضايقة عملية نفسية موجهة للشخص مباشرة، فترسل الرسائل غير المرغوبة للشخص أو «الهدف» مباشرة أو من خلال وسيط مثل التلفون أو البريد الالكتروني. وعادة ما يكون مشاهير المجتمع عرضة لمثل هذه الأفعال. وكذلك تُعد رسائل التهديد بالقتل أحد أشكال التحرش. ففي عام ١٩٩٧ أرسل طالبان من نيوهامشير رسائل تهديد بالقتل للرئيس الأمريكي السابق بل كلنتون وقد اعترضتا من مكتب التحقيقات الفدرالي (FBI)، ووكالة المخابرات الأمريكية (CIA)، وتم تحديد الطالبين وتم فصلهما من المدرسة لمدة شهر ومنعوا من استخدام الحاسب لمدة سنة (Reuters, 1997).

وكذلك فإن ما يعرف برسائل البغض (الكراهية) (emial - Hate) قد انتشرت في الانترنت من خلال البريد الالكتروني، ففي إحدى الجامعات الهندية أرسلت (٧٠٠) رسالة من هذا النوع إلى الطلاب الآسيويين تطلب مغادرتهم البلاد، وكذلك رسائل المضايقات الجنسية (Sexual Harassment) منتشرة جداً في الانترنت. وكذلك القنابل البريدية والتي هي كم هائل من الرسائل المرسلة إلى عنوان ما مما يؤدي إلى تعطيل الخدمة. ومن الأمثلة ما قامت به مجموعة ألمانية (Adolf & Hitler. Com) بإمطار

مجموعة م الطلبة اليهود بألمانيا بحوالي (١٧) ألف رسالة تحوي تهديدات بإعادة المحارق (Holocaust)، ولقد هدد المرسل بأنه سيحتفل بيوم (٩/١١/١٩٣٨) اليوم الذي سمي ليلة كسر الزجاج (Night of Broken Glass) عندما بدأت ألمانيا النازية بمهاجمة اليهود فيها. ولم تستطع الشرطة الألمانية التحقيق في ذلك لأن البريد أرسل من خادم حاسب في الولايات المتحدة (Borchgrave et. al., 2000).

٩- الإعلان (Advertising)

تستخدم الإعلانات في إدارة الإدراك للمنافسة في جذب انتباه المشترين، وليس جميع أنواع الإعلانات هي حرب معلومات وإنما تصبح حرب معلومات عندما تستخدم المعلومات في تضليل الناس في شراء منتجات غير مرغوب فيها أو خاطئة من خلال الإقبال أو البريد الإلكتروني غير الموثوق فيه.

١٠- بريد القمامة الإلكتروني (Spam Wars)

يعني بريد القمامة، البريد الإلكتروني الذي يرسل للأفراد لإقناعهم بسلعة معينة أو اشتراك ما، أو أحياناً إرسال كميات كبيرة من الرسائل أو ذات حجم كبير للحرمان من الخدمة.

إن عملية قراءة وحذف (مسح) الرسائل عملية فيها إضاعة للوقت، والذين يقرأون بريدهم باستمرار يجدون فيها إضاعة وقت أن حملوا (Download) لهذه الرسائل. ولقد أخذ الاسم (Spam) من مسرح (Monty Python) حيث تقدم المضيفات عشاء الاختيارات هي (Spam, Spam, Spam and Spam). (Reuters, 1998). إن غالبية هذا النوع من البريد

هو الاحتيال المالي والبعض الآخر لزيارة مواقع الرذيلة وحوالي (٥٪) فقط هي دعايات لأعمال قانونية .

١١- الرقابة (Censorship)

يمكن النظر للرقابة الحكومية كفعل عدوان في حرب معلوماتية وكفعل دفاع في حرب المعلومات . وفي مجال حرب المعلومات الهجومية ، فإن حرمان شرائح من المجتمع من الوصول إلى المعلومات يعد عدواناً معلوماتياً ، وكذلك حرمان وسائل الإعلام من الوصول للمعلومات ، وحظر الخطابات . أما في مجال حرب المعلومات الدفاعية ، فإن الهدف هو حماية المجتمع من المواد التي تؤذي الحكومة أو الثقافة ، أنها تمنع وصول الرسائل النفسية التي تهدف للتأثير على المجتمع من مجتمع آخر ، أو من الخصم .

إلا أن الرقابة الحكومية قد أصبحت غير ممكنة كما كانت في السابق ، وكما يقول جيمس ادمز رئيس مجلس الـ (Sundy Times of London) أن أيام الرقابة الفعالة المصممة للتأثير على الرأي العام لدعم سياسات الحكومة قد ولت ، ولم يعد بمقدور الحكومات ضبط تدفق المعلومات . . . والذي يمكن عمله ليس الضبط بالمنع والقمع للأخبار ولكن الضبط في انتقاء المعلومات (Adams, 1996) .

وعلى الرغم من ذلك لا زالت الحكومات تراقب الإعلام ، أظهرت دراسة مؤسسة بيت الحرية (Freedom House) أنه من بين ١٨٦ دولة هناك (٧٦) دولة فيها حرية إعلام (Associated Press, 1998) . فبعض الدول تراقب التلفزيون ، والتلفزيون ، والإذاعة ، والفاكس ، والفضائيات الداخلية والخارجية . وكذلك هناك دول قلقة من دخول الانترنت . هذا بالإضافة

إلى مراقبة المواقع على الانترنت وحجب بعضها لأسباب متنوعة دينية، أو سياسية. ففي فينمار (بورما) يحبس لمدة (١٥) سنة أي شخص يستخدم أو يمتلك أو يستورد جهاز مودم أو فاكس دون موافقة مسبقة من الحكومة. ونفس العقوبة تطبق على أي شخص يقوم بوصل جهاز الحاسب مع أي شبكة معلومات دون موافقة (Financial Times, 1996).

١٢- التوهج (Flaming)

يعني التوهج إرسال رسالة أو رسائل غليظة ومنتهكة حرمة القوانين وخصوصية الأفراد إلى فرد أو مجموعة أفراد أو مجموعات أو إلى المجتمع كله. وعادة ما يشمل التوهج الإهانة والوقاحة كأسلوب في تحقير الآخرين، وهي طريقة لا تتماشى مع ما ينادي به من آداب التعامل على الشبكة (Etiquette). وينصح بأن لا يرد مثل هذه الرسائل فوراً، بل يؤجل الرد إلى اليوم التالي، ويمكن استخدام مكالمة هاتفية أو محادثة شخصية (روسينبرج، ٢٠٠٠).

١٣- الفاكس (Fax Machine)

أصبحت آلة الفاكس أداة ضرورية في العمل وفي المنزل، وهي أداة اتصالات من السهل استهدافها، وهذا يعني أن اعتراض إشارات الفاكس يتم بالطريقة التي يتم فيها اعتراض إشارات الاتصالات (المكالمات). إن أي جهاز حاسب وأي معدة لاعتراض البيانات تمكن من اعتراض والتقاط إرسال الفاكس من أي آلة، وبغض النظر عن ارتباطها مع الجهاز في الطرف الآخر. وبعض الفاكسات عرضه للاعتراض أكثر مع خاصية تخزين الفاكسات كصور ويمكن وعن بعد الوصول إلى الفاكسات المخزنة في الجهاز

وهناك صندوق بريد مخفي لحفظ الفاكسات لمن يسمح له بالوصول إليها، وعادة ما تسمى رقم الهوية الشخصية (PIN) وهو رقم يمكن المستخدم المصرح له بالاستخدام. استعادة الوثيقة من الفاكس بشكل إلكتروني وتحويلها إلى نسخة ورقية ويمكن بمعرفة هذا الرقم (PIN) استعادة الفاكسات المرسله إلى طرف ثالث (Hefferman,1992).

١٤ - التلفون النقال (الجوال) (Cellular Phone)

يوجد في الجوال ثلاث ثغرات أمنية (انكشافات) وهي على النحو التالي :

١- الانكشاف والتعرض إلى المراقبة للمكالمات والمحادثات خلال استخدام الهاتف .

٢- انكشاف الهاتف نفسه بتحويله إلى ميكروفون لنقل ومراقبة المكالمات والمحادثات التي تتم حولها جهاز الهاتف .

٣- تعرضه إلى التقليد (Cloning)، أو استخدام رقمك من قبل آخرين في إجراء مكالمات على حسابك (Lee, 1997).

والتلفون النقال (مرسل - مستقبل راديو) فالصوت يرسل من خلال الهواء على موجات الراديو . وموجات الراديو ليست مباشرة، إنها تتوزع في جميع الاتجاهات، ولذا فإن أي شخص يمكن أن يلتقطها باستخدام النوع المناسب من الراديوهات ويستمع إليها . وهوأة الراديو لهم مواقع يتبادلون فيها أرقام الجوالوات ذات الاهتمام ويستمعون إليها .

ولأن الجوال يعمل من خلال مطابقة رقمين هما رقم هوية الجوال (MIN)، والرقم الإلكتروني المتسلسل (ESN) واللذين يعرفان بالزوج .

وإذا ما تمت سرقة هذين الرقمين فإن ما يعرف بالجوال المقلدة أو المقلدون يمكنهم برمجته في تلفون آخر ويصبح نسخة عن هاتفك الأصلي ويمكنهم عندها إجراء مكالمات من الهاتف (الجوال) المقلد والكلفة على عنوانك .

ومن الإجراءات الأمنية المتعلقة بالجوال أن لا يحمل الجوال عند دخول الشخص إلى أمكنة محظورة أو حساسة لأنه قد يقلب الجوال إلى ميكروفون تجسس دون علمك . ضع جوالك على وضع التشغيل فقط عندما تريد أن تجري مكالمة ، أغلقه عند الانتهاء من المكالمة . لا تعطي رقمك إلى أي شخص لا تثق به ، ولا تستخدم جوالك في استقبال المكالمات . ولا تناقش معلومات حساسة من خلال المكالمة باستخدام الجوال . أعلم من تتحدث معه أنك تجري مكالمة من الجوال لكي يأخذ الحيلة في الحديث . لا تترك جوالك في أي مكان ، تجنب استخدام الجوال في الأماكن العامة مثل المطار ، والتجمعات الرياضية ، وأماكن التسوق ، أو الأماكن المزدحمة لأن هذه الأماكن يكثر فيها هواة الراديو الذين يسحونها (Scam) لالتقاط الأرقام أو المحادثات . ويستخدم الجوال في الإعلام الأمني من خلال إرسال الرسائل الإخبارية المتعلقة بوضع ما (كالجرب) .

١٥ - محطات التجسس

وأكبر المحطات منوث هل (Menwith Hill) (المحطة الأرضية F٨٣) وتدار من قبل (NSA) في نورث يورك مورز (Norht York Moors) في شمال بريطانيا ، وتشمل (٢٢) ستالايت على (٥) أفدنة من المباني وتعمل كمحطة تجسس أرضية أمريكية ، حيث تعترض خطوط الميكروويف والاتصالات بالموجات القصيرة ، والاتصالات العسكرية . أما المحطات الأخرى فموجودة في سوجار جروف (Sugar Grove) في غرب فرجينيا ،

ياكيما (Yakima) في ولاية واشنطن، ومورونستو (Morwenstow) في بريطانيا، وجيرالدون (Geraldton) في غرب استراليا، وايهوبيا (Waihopai) في نيوزيلاندا. وهناك أنظمة ضبط وتحكم منظمة تقوم باعتراض الرسائل الإلكترونية والاتصالات وتصنيفها ضمن فئات، وهناك قواميس مبرمجة أن لا تعترض الاتصالات الصادرة من الدول الخمس أما الفئات المعترضة من الرسائل فتركز على السياسة والشؤون العسكرية (Campbell, 1996). ولقد أقامت روسيا واحدة من أكبر محطات التجسس على الاتصالات بالقرن من هافانا في كوبا في السبعينيات بقصد اعتراض الاتصالات العسكرية والدبلوماسية والتجارية في شرق الولايات المتحدة، وجزء من الوسط الغربي. ويمكن لهذه المحطة التقاط إشارات الخلوي، والميكروويف، والراديو على مسافة (١٠٠٠) ميل. أما الاتصالات في غرب الولايات المتحدة فتعترض من محطة مشابهة في كام رانه بي (Cam Ranh Bay) في فيتنام. ويقول ستينليف لونييف (Stanislav Lunev) أحد كبار مسؤولي الكرمين أن خطط الأمريكان العسكرية واتصالات الجنود مع أسرهم في حرب الخليج قد تم التقاطها من قبل محطة لوردز (Lourdes Associated Press, 1998).

- حل رموز الرسائل (Deliphering Messages)

لا يتوقف دور أجهزة الاستخبارات على اعتراض الرسائل بل وحل رموز تشفيرها (Deciphering). ومن الأمثلة المعروفة على حل (فك) رموز الرسائل المشفرة ما حدث قبل دخول الولايات المتحدة للحرب العالمية الأولى، ففي عام ١٩١٧ أرسل وزير الخارجية الألماني آرثر زممان (Arthur Zimmermann) رسالة مشفرة (تلغرام) إلى السفارة الألمانية في مدينة

ميكسيكو (Mexico)، حيث تم اعتراض الرسالة وفكها (Cryptanalzed) من قبل مفككي الشيفره الإنجليزي في (الغرفة ٤٠) كانت موجه إلى الحكومة المكسيكية وتقول: —ننوي شن حرب غواصات في الأول من فبراير وننوي إبقاء الولايات المتحدة محايدة، وإذا ما نجح ذلك فإننا نجعل المكسيك حليفاً على الأسس التالية: القيام بالحروب معاً، القيام بالسلام معاً، الدعم المالي السخي، وفهمنا حاجة المكسيك لإعادة أراضيها في تكساس، ونيومكسيكو، وارزيونا . . .» وقام الإنجليزي بإعطاء نسخة من هذه الرسالة إلى ولسون (Wilson)، وحيث نشرت في الصحافة حيث هزت الرأي العام الأمريكي، ووصفها ولسون أنها «جريمة ضد الإنسانية» أن تقود بلداً إلى الحرب في إشارة إلى تلغراف زمرمان، طالباً من الكونجرس إعلان الحرب على ألمانيا، وقد فعل مما سبب دخول الولايات المتحدة إلى الحرب وأدى إلى هزيمة ألمانيا (Kahn, 1967).

وخلال الحرب العالمية الثانية قامت الولايات المتحدة بفك شيفرة اليابانيين مما أدى إلى انتصار البحرية الأمريكية في بحر الكورال (Coral Sea)، وجزر السولومون (Solomon Islands)، وكان يمكن تلافي الهجوم على بيل هاربر (Pearl Harbor) من اليابانيين لو عوجلت الرسائل بسرعة، ولكن عند كشف محتواها كان قد فات الأوان وبعد أقل من سنتين التقط (Eavesdroppers) جدول رحلات الأدميرال اسكوروكو ياماموتو (Isoroku Yamamoto) رئيس هيئة أركان البحرية اليابانية، وقامت المقاتلات الأمريكية بتدمير طائرتة في الجو. ومن المشاريع الأمريكية الأخرى مشروع فينونا (Venona)، والتي اعترضت وفكت رموز البرقيات الدبلوماسية الروسية في الفترة ١٩٤٢-١٩٤٦. حيث كشف المشروع الجواسيس الروس من الأمريكان وأدى اعتقال وإدانة الكثير، ومنهم جوليوس (Julius)،

وايثيل روزنبرغ (Ethel Roseuberg)، والذين زودوا الاتحاد السوفياتي بما تقوم عليه القنبلة الذرية وتفاصيل المقاتلات، والرادار والصواريخ (Dam) (& Lin, 1996).

ومن الكوارث التي أصابت القادة العسكريين خلال الأيام الأخيرة للحرب في الباسيفيكي أنه في شهر ٧ / ١٩٤٥ م حيث كانت انديانابولس (Indianapolis) في طريقها إلى الفلبين بعد إرسالها الوقود الذري ومكونات القنبلة الذرية والتي أُلقيت فيما بعد على هيروشيما وناغازاكي الشهر التالي، وبينما كانت السفينة تبحر في مياه العدو تمكن قارب ياباني سريع من إصابتها وإغراقها في دقائق وتدمير نظام الراديو فيها، وقفز (٨٠٠) من أصل (١١٩٦) شخصاً إلى السطح نجا منهم (٣١٦) فقط، أما البقية فغرقوا، أو قتلوا من أسماك القرش. وفاتت خمسة أيام قبل أن تجدهم السفن الأمريكية وبالصدفة. أما قبطان السفينة الكابتن تشالز مكافي (Charles McVay) وحكم في المحكمة العسكرية بسبب فقدانه للسفينة، وفي عام ١٩٦٨ انتحر بمسدسه الرسمي. وبعد (٥٠) سنة بين طالب عمره (١٢) سنة يدعى هنتر سكوت (Hunter Scott) أن رئيس مكافي كان يعلم مسبقاً بوجود غواصة للعدو قريبة من أنديانا بولوس، وتم إغراق سفينة أمريكية قبل ذلك الحادث، ولكنه لم يحذر الآخرين، وتبين أن طلب مكافي للحماية لم يوافق عليه، ولم ترسل القاعدة في الفلبين فريق إنقاذ عندما لم تصل انديانا بولوس في الوقت المحدد، لقد وجد هذه المعلومات من خلال مشروع في التاريخ يقوم به (Gurdon, 1998).

٧ . ٤ وسائل العمليات النفسية في الإعلام الأمني المعلوماتي (*)

تعرف وزارة الدفاع الأمريكية العمليات النفسية على أنها «عمليات مخططة تصاحب معلومات ومؤثرات منتقاة موجهة إلى مستمعين أجنبى للتأثير على مشاعرهم، ودوافعهم، وتبريراتهم المنطقية وبأقصى درجة لسلوكيات الحكومات الأجنبية، والمنظمات، والجماعات والأفراد إن هدف العمليات النفسية هو إغواء (Induce)، أو تعزيز الاتجاهات الأجنبية والسلوكيات المحببة لأهداف المولد المرسل (IWS - Psyops, 2001) لقد كانت حرب الخليج حرب خيالات وصور مثلما كانت حرب تقنية ومعلومات حرب بين صور صواريخ سكود وصور لصواريخ الباتريوت وهي تعترضها، إنها حرب «رصاصه تعترض رصاصه»، كما وصفها العسكريون هذا بالإضافة إلى ما تحمله الحرب من صور وخيالات أخرى.

٧ . ٤ . ١ التلفزيون

إن معرفة معتقدات الخصم عملية هامة في تصميم العمليات النفسية فعندما أعلن العراق استخدام الغرب كدروع بشرية ووضعهم في الأماكن الحساسة، استثمر الغرب معرفته بالمعتقدات الإسلامية العراقية حيث ذكر القرآن أنك يمكن أن تفعل ما شئت بعدوك ولكن يجب أن لا تؤذي أسرته زوجته، وأطفاله وبالتالي فإن أفعال العراق في هذا السياق أفعال «جبانة في أن يختبئوا خلف الأطفال والأبرياء ويتكروا للشريعة الإسلامية، مما جعل استجابة العراق سريعة بأنهم («يحمونهم»).

(*) يعتمد هذا الجزء كثيراً على البداينة، ذياب (٢٠٠٢) الأمن وحرب المعلومات، عمان: دار الشروق.

ويمكن بناء الحرب النفسية بناءً على المعلومات الاستخباراتية، والدراسات المحلية، وسجناء الحرب من البلد الخضم (EPWS) لقد استفاد الحلفاء من الأسرى العراقيين في تعديل المنشورات التي كانت ترمى على الجنوب العراقيين، ومن مثل إزالة اللون الأحمر وإظهار وجوه الحلفاء بلحية وليس حلقات، حيث تعني اللحية الثقة، والأخوة وإضافة الموز إلى سلة الفواكه التي ستقدم لمن يستسلم من العراقيين لأن الموز فاكهة محببة لدى العراقيين.

إن معرفة الثقافة الخاصة بالخضم أمر هام في نجاح العمليات النفسية وقد تكون رسالة نفسية ناجحة في ثقافة، وغير ناجحة في ثقافة أخرى مثل: إن تشبيه الرئيس الأمريكي للرئيس العراق بهتلر لم تكن موفقة (Just like Adolph Hitter)، فبالنسبة للأمريكان فإن هذا الوصف وصف «تحقير»، ولكن بالنسبة للعراقيين وللمسلمين عامة فإن هتلر من حاول إبادة اليهود، والعراقيون يكرهون إسرائيل، وقد هدد الرئيس العراقي بحرق نصف إسرائيل قبل اندلاع الحرب هتلر طرد الإنجليز والفرنسيين الذين كانوا يستعمرون الشرق الأوسط، وبالتالي فإن المقارنة بين «صدام» و«هتلر» في الثقافة العراقية مقارنة «مدح» وليس «تحقير» فصدام مثل هتلر بكره للأسرائيليين ويريد أن يبعد الغرب عن الشرق الأوسط.

في إحدى الليالي كانت حرب الخليج قد بدأت، وكان أحد الضباط يراقب البث التلفزيوني من بغداد في مركز السيطرة في وزارة الدفاع الأمريكية، وينظر إلى ساعته ويتشاور مع برج المراقبة الذين يخططون للهجمات برج الاتصالات المركزي العراقي ويقول «إذا كانت صواريخ الكروز (Cruise) قد أصابت أهدافها . . . فإن التقرير (البث) سينقطع

بعد . . . (وبدأ العد بالثواني) . . . وقال الآن (Williams A, 1992) لقد انقطع بث كل من (ABC)، و (NBC) مباشرة أما ال (CNN) فقد استمر البث لديها ذلك أنها كانت قد استأجرت خطأ هاتفياً خاصاً من الأردن وتم ربطها قبل الهجوم، أما ال (ABC)، و (NBC) فقد كانتا بثان من خلال مركز الاتصالات العراقي .

ولمدة أكثر من أسبوعين فقد كانت ال (CNN) هي المحطة الأمريكية الوحيدة التي تبث من العراق لقد كان بثه مزيداً وكاملاً، ولقد أظهرت حرب الخليج أن أنواعاً من الحرب والدبلوماسية، قد بدأت في التشكل . لقد أدى البث التلفزيوني المباشر وغير المباشر إلى الضغط على الحكومات وتحريك الرأي العام باتجاهات مختلفة، ولقد أصبح الدخول إلى الجبهات ونقل مجرياتها يضع الكثير من الضغوط على الحكومات وعلى متخذي القرارات السياسية . إن التغطية التلفزيونية في حرب الخليج قد عرفت بظاهرة حرب ال (CNN Wood Ward, 1992) .

وقد استغل الطرفان التلفزيونيون أثناء حرب الخليج لمصلحتهما وذلك للتأثير على الرأي العام . وبعد غزو الكويت بفترة وجيزة كذب الحرس الجمهوري العراقي أمام الكاميرا بأنهم يتراجعون، وذلك لوكالة أنباء تلفزيونية دولية . وفي الحقيقة، لم تنسحب القوات العراقية ولكنها كانت تعزز قواتها وقبضتها على الكويت وكانت التقارير الواردة من وكالة (CNN) من مراسلها بيتر أرنيث (Pert Arnett) في بغداد محرفة نظراً للوقت الضيق المحدد لها على القمر الفضائي ليستطيع فيه تنسيق الريبورتاج المصور الذي يعده، ونظراً للجهود الحثيثة التي يبذلها المهتمون العراقيون الذي عكفوا على استخدام وكالة (CNN) كوسيلة للدعاية والإعلام . وقد حصل

المراقبون العراقيون على نتائج عالية ، قبل إذاعة شريط فيديو التقرير المصور الذي قدمه العراقيون على شبكة (CNN) حياً على الهواء . واستطاع إعلاميو العراق الاتصال المباشر مع التلفزيون الأردني الصديق مما أدى إلى حدوث مظاهرات في الأردن ضد الولايات المتحدة الأمريكية وقوات التحالف . وأحدثت بعض الحملات الدعائية العراقية رد فعلي عكسي وذلك عندما أعلن العراق أن العراق ستكسب الحرب لأن الشعب على استعداد للتضحية بألاف الجنود ، بينما لا يستطيع الأمريكيان تحمل خسارة مئات من الجنود . فأدرك الجنود والقوات العراقية أن العراق سيضحي بهم ، وأنهم هم الضحية . وادعى عدد من المحللين أن هذا عزز رغبة القوات العراقية للهرب من ساحات المعارك والاستسلام (Lamb, 1997) .

وقد قامت القوات الأمريكية بعدد من المناورات البرمائية على امتداد الشواطئ السعودية أمام شبكة (CNN) في محاولة لإيهام العراق بأن قوات التحالف تخطط لهجوم باستخدام القوات البرمائية لضرب القوات العراقية على الحدود الكويتية وأفلحت هذه الخدعة حيث رابطت ألوية عراقية لحماية الشواطئ ضد إنزال قوات التحالف لقوات على الخليج (Kammer, 1997) . ولييان أهمية البث التلفزيوني أيام الحرب ، قال الرئيس الأمريكي بوش (الأب) : «لقد تعلمت من الـ CNN أكثر مما تعلمت من CIA . . . في أغلب حالات الأزمات الدولية فإننا نقطع عن وزارة الخارجية وتقاريرها . . . هذه التقارير هامة . . ولكنها لا تصل في الوقت اللازم لاتخاذ القرارات» (Fialka, 1992, p. 20) .

لقد ساهم التلفزيون في نجاح الحملة العسكرية ضد العراق وإبعاد إسرائيل عن المشاركة . إن صورة صوراخي الباتريوت وهي تعترض صوراخي

سكود في الليل فوق تل أبيب قد ساعدت في إبعاد الحكومة الإسرائيلية من مهاجمة العراق ، وحل التحالف الدولي في حرب الخليج (Gilliams, 1992). (b).

ولم يتوقف تأثير ال(CNN) وقتاً لهضم المعلومات واستيعابها على القادة أن يستجيبوا فوراً للمعلومات التي تقدمها في تقاريرها . إن صورة طيار واحد لطائرة أمريكية (هيلوكبتر) وهو يجر في شوارع مقاديشو قد أدى إعلان إدارة الرئيس الأمريكي كليتون الانسحاب من الصومال .

وبينت إحدى روايات الأخبار الجنود العراقيين يسحبون الأطفال الكويتيين من الحاضنات ، وكانت القصة مضخمة ومبالغاً بها من قبل شركة علاقات عامة أمريكية تمّ الاتفاق معها من قبل مؤسسة تدعمها الحكومة الكويتية . وكان الشاهد الفعلي الحقيقي لهذا المنظر المرعب هو بنت السفير الكويتي في الولايات المتحدة الأمريكية وعمرها (١٥) سنة . ولم يجد معد ومقدم برنامج ٢٠/٢٠ في وكالة ABC جون مارتن سوى تأييد ضئيل لصحة هذه الحادثة . إلا أنه كان لهذه الحادثة وقع كبير في أثناء الأحداث على صانعي السياسات في الولايات المتحدة الأمريكية . ويروى أن الرئيس جورج بوش ذكر مأساة الحاضنات والمعاناة الناجمة عنها (٨) مرات خلال (٤٤) يوماً أثناء محاوراته عن الحرب ، كما ذكرها أيضاً (٧) من أعضاء مجلس الشيوخ الأمريكيين أثناء محاورات عن الحرب . وبالتالي ، فقد نجح قرار المشاركة في الحرب بفارق (٥) خمسة أصوات فقط (De Caro, 1996).

وتتمتاز الرسائل الموجهة عبر التلفزيون والبرث الفضائي بأنها أكثر إقناعاً في الحالات التالية :

- ١- الرسالة من طرفين أكثر إقناعاً منها عندما تكون من طرف واحد .
- ٢- أسلوب الرسالة يؤثر قدرتها الإقناعية .
- ٣- الرسائل الحية (فيديو) أكثر إقناعاً خاصة عندما يكون المرسل أكثر موثوقية والرسالة بسيطة .
- ٤- الحالات أكثر إقناعاً من الإحصاء .
- ٥- المرسل أكثر إقناعاً إذا كان يبدو آمناً (لطيف ، صديق ، عادل) ، مؤهل (مدرّب ، ذو خبرة ، ذو معلومات) وديناميكي (فعال ، حرك ، حيوي .
- ٦- رسائل الأفلام ، أو الفيديو أكثر فعالية في تعليم المعرفة المتعلقة بالخصائص .
- ٧- ظهور العواطف (الخوف) أكثر إقناعاً خاصة إذا كانت العواطف مخيفة (Stech, 1994) .

٧ . ٤ . ٢ الإذاعة

لقد استخدمت الراديو بفعالية كوسيلة من وسائل الدعاية ، فقد استخدمت اليابان إذاعة خاصة بها (Tokyo Rose) لبث الموسيقى والدعاية ، والكلمات التي تحبط قوات التحالف . واستخدم الألمان ميلدرد جيلر (Mildred Gillar) المعروف بـ (Axis Sally) ، ولقد استخدم الأمريكيان الخداع والعمليات النفسية لإقناع الألمان بأن يوم الاجتياح لن يكون (D †Day) لنورمندي بل سلايس (Calais) .

ومن الاستخدام المبدع للحرب النفسية في الراديو كان لإذاعة آل . بي . بي . سي (BBC) خلال شهر ٩ / ١٩٤٠ م ، عندما كان اجتياح الألمان لـ إنجلترا قد أصبح أمراً محتوماً ، لقد بدأت آل بي . بي . سي . بث برامج تسمع بسهولة

من الألمان تحت سلسلة من الدروس الإنجليزية للغزاة وقد بث هذا البرنامج بالألمانية .

لقد بدأ البرنامج على النحو التالي : « . . . من الأفضل أن تتعلم بعض الكلمات والجمل القصيرة المفيدة في إنجلترا مثل أن تزورنا . الدرس الأول . فإننا نأخذ الموت لعبور القناة» . والآن أعد بعدي : «القارب يغرق . . . القارب يغرق» «الماء بارد . . . الماء بارد» .

والآن سأعطيك فعلاً مفيداً جداً ، مرة أخرى / لطفأً أعد بعدي إنني احترق ، أنت تحترق . انه يحترق . نحن نحترق . أنت تحترق» .

لقد استخدمت الراديو المعتمدة (غير المعروفة) والعمليات النفسية بفاعلية في حرب الخليج ، وقدر أن (٧٨) ألف جندي عراقي قد استسلموا . لقد بثت إذاعة صوت الخليج الموجه إلى الجيش العراقي رسائل تضمنت : الأخوة العربية ، قوة التحالف الجوية ، العزلة العراقية ، وقد انتهت مهمة هذه الإذاعة بانتهاء الحرب .

ولقد استمرت الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب باستخدام الحرب النفسية من خلال وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية في محاولة للإطاحة بالرئيس العراقي . ولقد تمّ القضاء على هذه العملية أخيراً من قبل الرئيس العراقي الذي استخدم الإذاعة ووسائل الإعلام الأخرى لإرسال رسائل مضادة . ففي مقابلة مع «وارن ماريك» عام ١٩٩٧ ، وهو عميل وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية متقاعد ، قال : «لقد أعدت شركة علاقات عامة مركزها في واشنطن نصوص إعلانات إذاعية ، وأشرطة فيديو تندد بالنظام العراقي . وقد استخدمت النصوص التي تطالب أفراد الجيش العراقي بالانسحاب والفرار تمت إذاعتها عبر محطتي إذاعة قويتين تابعتين لوكالة

الاستخبارات المركزية لأمرىكية . وقد أضاف «مارىك» أن طائرات بدون طيار قامت بإلقاء منشورات تسخر بالرئىس العراقى وتهزأ به فى يوم مولده .

٧ . ٤ . ٣ الدعاىة

إن استخدام الصور (Images) والرموز الثقافىة والخرىالات والخرافات لتكوين ودعم عام وفعالىة سىاسىة . فقد انتشرت أفلام الفىدوى التى تمثل لقاءات الرئىس العراقى مع الوفود التى أمت بغداد حىنها ، وىبان حتمىة النصر فى المعركة . كما أن انتشار الإشاعات والعملىات النفسىة مثل أن الأفاعى فى الصحراء قد هاجمت الأمريكان ، أو أن صورة الرئىس العراقى قد شوهدت فى القمر ، ولم تنتشر هذه الإشاعات التى مثلت أيام الأزمة الأولى معتقدات صفرىة غىر قابلة للنقاش ولا تخضع للمنطق . بىن العامة من الناس وإنما بىن المثقفىن والأكادمىىن ، حتى أنها شكلت عرفاً اجتماعىاً ىمثل الخرج عنها انحرافاً اجتماعىاً .

ثم اتهمت العراق لاحقاً ، الولایات المتحدة الأمريكىة بأنه تخطط لضربات جوىة لوضع مواد كىمىائىة مزىفة أو مواد جرثومىة فى «مواقع رئاسىة» محظورة عن التفتىش ، تستخدم كدلىل ضد العراقىىن . وقد أعلن بتلر وغىره عن شكوكهم بأن هذه المنشآت الضخمة ، التى ىمتد بعضها عدة أمىال تُستخدَم لإخفاء أسلحة الدمار الشامل عن المفتشىن . وقدرت حكومة كلنتون أن هناك (٨٧) موقعاً لهذه المواقع الرئاسىة . وأن أحد هذه المواقع ىغطى مساحة قدرها ٥ ، ٣١ مىلاً مربعاً وىحتوى على ١٠٥٨ مبنى .

وخلال هذه الفترة ، أعلنت العراق على أنه «الفائز» فى هذه المعركة عام ١٩٩٨ ، وعرضت شاشات التلفزىون صدام حسین متألق الوجه ملوحاً

يده ببندقية قديمة يزور قرية بعد قرية . وكان المعجبون من الجماهير يرقصون ويصفقون ويغنون عندما يرون الرئيس يلوح بيده من الشرفة .

٧ . ٤ . ٤ المنشورات الورقية

وقد أَلقت قوات التحالف أثناء الحرب (٢٩) مليون نشرة بمختلف الأنواع خلف خطوط القتال العراقية . ووصلت هذه المنشورات إلى حوالي ٩٨٪ من القوات التي بلغ تعدادها عندئذ حوالي (٣٠٠,٠٠٠) مقاتل . وقد اختبرت هذه المنشورات على أسرى حرب متعاونين، الذين اقترحوا من ضمن توصياتهم إزالة أي أثر للون الأحمر (وهو علامة خطر للعراقيين)، وعرض القوات التحالف وقد أطلق أفرادها لحاهم (للتعبير عن الإخاء في مفهوم الثقافة العراقية)، وإضافة «الموز» (وهو فاكهة أثيرة ومفضلة) إلى طبق من الفواكه يقدم إلى الجنود العراقيين الذين يستسلمون . وقد تمت إذاعة «صوت الخليج» على ست موجات إذاعية، بما في ذلك محطات أرضية وهوائية . ولقد تم بث ما مجموعه (١٨٩) رسالة عمليات نفسية خلال فترة تشغيل هذه الإذاعة أوائل عام ١٩٩١ كما تمّت إذاعة رسائل أخرى من مكبرات الصوت محمولة، أو من العربات أو من طائرات الهيلوكبتر أثناء الحملات الأرضية (Lamb, 1997) .

وقد ركزت المنشورات والرسائل الصوتية على حتمية هزيمة الجيش العراقي . وقد كان أكثر من (٤٠٪) من المنشورات يطالب القوات العراقية بالاستسلام، و(٧٪) تحث أفراد القوات العراقية على ترك أسلحتهم ومغادرة أرض المعركة . وقد كانت الرسائل التي كانت جزءاً من حملة رسائل العمليات النفسية والحرب النفسية تحاول طمأنة الجنود العراقيين بأنهم

سيعاملون معاملة حسنة على يد قوات التحالف . وقد لامت هذه الرسائل النوايا الشيطانية لحرب العراق ، وركزت على شجاعة المقاتلين العراقيين الذي ضلوا . وأكدت الرسائل على الأخوة العربية والسلام أو حذرت القادة العراقيين من أنهم سيكونون مسؤولين وسيحاسبون على جرائم الحرب التي ارتكبوها ضد الشعب الكويتي وممتلكاته . ولتثبيط استخدام الأسلحة الكيماوية ، حذرت هذه الرسائل الجنود العراقيين بأن تجهيزاتهم الوقائية ضد هذه الأسلحة هي رديئة ، وأن القادة العراقيين سيعاقبون على ذلك (Lamb, 1997) .

وحسب ما يدعيه الصليب الأحمر فإن حوالي (٨٧٠٠٠) جندي عراقي سلموا أنفسهم لقوات التحالف ، وكان معظمهم يحمل تلك المنشورات أو يخفيها في ملابسه . ولقد بينت دراسة ميدانية بعد الحرب لعدد يبلغ (٢٥٠) من أسرى الحرب أن ٩٨٪ منهم قد رأوا هذه المنشورات ، وأن ٥٨٪ منهم قد سمعوا الإذاعة ، وأن ٣٤٪ منهم سمعوا مكبرات الصوت . واعتقد الجنود أن الرسائل الموجهة هي صادقة ، وأن ٨٨٪ منهم صدقوا ما جاء في المنشورات ، وأن ٤٦٪ منهم صدقوا إعلانات الإذاعة ، و ٨١٪ منهم صدقوا ما يقال عبر مكبرات الصوت . وقد أكدت التقارير أن قرار أسرى الحرب بالاستسلام قد تأثر بتلك الرسائل ، بينما قال ٧٠٪ منهم بأنهم تأثروا بالمنشورات ، و ٣٤٪ منهم تأثروا بالإذاعة ، و ١٦٪ تأثروا بما يقال عبر مكبرات الصوت . وقد أدلى لواء عراقي أسير بأنه : «في المرتبة الثانية بعد حملة القصف التي قامت بها قوات التحالف ، كان لرسالة العمليات نفسية الأثر الأكبر على تهديد معنويات أفراد القوات العراقية» (Lamb, 1997) .

ومن الأمثلة على المنشورات الورقية التي تم استخدامها ما يلي : الطيران
الإيراني في تزايد . . . لماذا؟

لقد أعاد صدام الساحل لإيران، والآن يعطيهم قواتكم الجوية، هناك
طريق مثالي للاختبار. أهرب إلى العربية السعودية. اتصل بنا بالراديو،
وأعلن انضمامك لإخوتك العرب. تقدم لوحك في طائرتك. اخفض
جير الهبوط، أشعل إضاءة الهبوط، جرد طائرتك من السلاح، وطر على
سرعة لا تزيد على (٢٥٠ - ٣٠٠) عقدة، وبعد الانتهاء من هذه الأزمة
سيسمح لك بالعودة لبلدك لإعادة بنائه».

وهذه المنشور موجه إلى الطيارين بالفرار إلى السعودية بدل أن تأخذ
إيران (عدوهم لمدة ١٢ سنة) طياراتهم.

الاستسلام الآمن :

أمام العسكر خياران : إما القتال أو الموت المؤكد.

أو الاستسلام والحياة ورؤية أسرهم مرة أخرى.

الاستسلام الآمن :

- افرغ البندقية من العتاد (من مخزن الذخيرة).

- أنكس البندقية وضعها في كتفك الأيسر.

- ضع كلتا يديك فوق رأسك.

- تقدم إلى القوة متعددة الجنسيات ببطء.

- أحد يحمل الورقة فوق رأسه.

- إذا قمت بذلك تنجو من الموت.

هذا هو الإنذار الأخير :

سوف نقوم بقصف وحدتك غداً .

اهرب من هذا الموقع حالياً .

المنشور التالي يبين رسالة موجهة إلى وحدات محددة ال(١٦ ، ٢٠ ، ١٨) وإعلامهم أن قوات التحالف تسيطر على الأجواء ويمكنها أن تغير عليهم في الوقت الذي تختاره، وأنهم غير قادرين على أي شيء لمنعهم، وهذا هدم للمعنويات . وعندما يسقط هذا المنشو على شكل هذه القنبلة والتي عرفت باسم (Daisy Cutter) مع عبارة أنها أكثر قنبلة تقليدية تدميرية حربية لها قوة أكثر من (٢٠) صاروخ من صواريخ سكود .

« أهربوا وحافظوا على حياتكم، أو أبقوا وواجهوا الموت ». وعلى الخلف عبارات : « لقد عايتم الكثير من الخسائر لأننا استخدمنا أكثر الأسلحة فتكاً وقوة في هذه الحرب، إنها أقوى من (٢٠) صاروخ من صواريخ اسكود نحذركم، سندمر موقعكم ثانية . . . الكويت ستحرر من عدوان صدام أسرع والتحق بإخوتك من الجنود . . سنعاملك بكل الاحترام والحب . أهرب من هذا الموقع لن تكون أبداً سالماً » .

وقد كان برنامج العمليات النفسية، أو الحرب النفسية العراقية أقل نجاحاً من الحرب النفسية لقوات التحالف، وكان أحد أسباب فشل الحرب النفسية العراقية أن العراقيين لا يفهمون الثقافة الأمريكية . فعلى سبيل المثال، فقد استخدموا امرأة تدعى : «بغداد بيتي» لإعداد مادة إذاعية تهدف إلى تضليل الجنود الأمريكيين . ولقد فقدت مصداقيتها قبل ذلك عندما أعلنت لهم أن زوجاتهم وصدقاتهم سيضاجعون كلاً من : توم كروز، وتوم سيليك، وبارت سيمبسون» . وكان من الغباء بمكان أن تقترح المديعة أن

نساء الجنود الأمريكيين سيغويهم أبطال السينما والأفلام، وليس شخصيات أفلام الكرتون (Psyop, 1997).

جماعة العمليات النفسية الرابعة (Airborne) بحثت وطورت أكثر من (٢٩) مليون نسخة من (٣٨) منشور مختلف (حوالي ٢٩ طن). تضمنت المواضيع التالية: استسلم، تفوق قوات التحالف والأمريكية، الحتمية، صدام هو السبب، الإخلاء، والهروب، وكان توزيعهم هذه المنشورات وفق مواضيعها على النحو التالي:

الجدول رقم (٤)

موضوع المنشورات وحجمها التي أقيمت على المدن

موضوع المنشور	الإجمالي
الاستسلام	١٢,٤ طن
الحتمية	٦,٦ طن
الإخلاء والهروب	١,٩ طن
خطأ صدام	٤,٧ طن
أخرى	٣,٥ طن
المجموع	٢٩,١ طن

المصدر 1 <http://www.pipeline.com/psywarrior/gulf1.htm>

وفي نهاية الحرب، صرح اللواء الروسي إس. بوغدانوف، رئيس الأركان لمركز العمليات والشؤون الاستراتيجية قائلاً: «قد خسرت العراق

الحرب قبل أن تبدأ. لقد كانت هذه الحرب حرب تجسس، و حرباً إلكترونية، وأوامر وسيطرة وعمليات تجسس مقابل. لقد أعمى أفراد القوات العراقية وأصموا. ويمكن كسب الحرب الحديثة باستخدام المعلومات، وهي الآن أمر حيوي وهام تماماً». لقد لعبت الحرب النفسية أيضاً دوراً هاماً ليس مع الجنود العراقيين فحسب، ولكن مع الرأي العام أيضاً. فعندما تم تحرير مدينة الكويت، عرضت وكالات الأنباء المتلفزة مئات الأفراد الكويتيين يلوحون بالإعلام الأمريكية على أنها هي قوات التحرير التي دخلت المدينة وتبين تأييدها للقوات الأمريكية. وقد رتبت شركة للعلاقات العامة في وقت مسبق توزيع كميات كبيرة من الإعلام الأمريكية وغيرها من وسائل الدعاية (Rendon, 1996).

٧ . ٤ . ٥ الخداع (Deception)

عمليات الخداع والعمليات السرية عمليات معقدة وتتطلب ذكاء وأساليب ومصادر، ومن أمثلة هذه العمليات ما قام به الحلفاء لإقناع هتلر وقيادته أن قواتهم ستغزو أوروبا من خلال شواطئ قريبة من باسي دي كالاس (Pas de Calais) وليس من نورماندي (Normandy) والتي تبعد حوالي مائة ميل. مما جعل الألمان يعتقدون أن ما كونه الحلفاء «جماعة باتون العسكرية» وهي غير واقعية هي القوة المعدة لهذا الهجوم من خلال القنال الإنجليزي والتي تحميها القوات الألمانية (Isth Panzer). اعتقد الألمان بحقيقة الخدعة وأن الحلفاء سيهاجمون من خلال كالاس تحت قيادة الجنرال جورج سي. باتون (Patton) ونتيجة لذلك وضعوا أفضل قواتهم في فرنسا في كالاس ينتظرون باتون. وحتى عندما وصل غزو الحلفاء إلى نورماندي لم يسمح هتلر بنقل قواته (Isth Panzer) من كالاس لأنه كان معتقداً كان فقد

مقدمة للغزو الحقيقي . ولقد بقيت قواته تنتظر حوالي ٧ أسابيع للغزو الذي لم يحدث أصلاً .

٧ . ٤ . ٦ الخطابات (Speechs)

وخلال الحرب العالمية الثانية، فإن بقاء الاتحاد السوفياتي قد عزى إلى قدرة ستالين لاستعادة وتحريك مشاعر الروس . لقد تنبه ستالين إلى أن الإيدولوجيا المجردة والشعارات الشيوعية التي كونها الحزب في عقول المواطنين منذ عام ١٩٩٨م، غير فاعلة وليس لها تأثير عاطفي أو روحي لحفز الروس في صراعهم مع الجيوش الألمانية . ولذا تحول ستالين إلى تحديد النظام الشيوعي « روسيا المقدسة » و « روسيا الأم » بحضارتها القديمة ورموزها المصاحبة ولقد كان أعمق مؤسستين في هذا التاريخ هما الجيش والكنسية حيث حصدا دعاية ستالين كما لم يحصل من قبل في تاريخ روسيا، ولقد كانت إنجازات الجيش الروسي كبيرة، وعاد للظهور صحف مثل برافدا (Briavad)، وأسقطت شعارها «عمال العالم والوحدة» وحل محلها الشعار الوطني «الموت للغزاة الألمان» .

لقد وصفت كورتيا كنج (Coretta King) خطاب زوجها مارتن لوثر كنج عندما قال «لدي حلم» (I have a Dream) في عام ١٩٦٣ تاركاً خطابه المكتوب، ناسياً الوقت، لقد تحدث من قلبه وانشر صوته بين الجمهور ليخبر العالم أجمع .

٧ . ٤ . ٧ الرقابة الإعلامية (Censorship)

إن أول ضحايا الحرب الحقيقية، الحقيقة لا تغتال فقط وقت الحرب، ولكنها في الغالب تفقد أو تحبس . وفي حرب الخليج حرص التحالف على

أن تقوم وسائل الإعلام بتقديم الحقيقة كما يراها الجيش . وهذا الهدف تطلب خبطاً كبيراً لما تشاهده وسائل الإعلام وكيف تقدمه (تبثه) . لقد حدد الجيش الوصول إلى ما يحدث في الميدان وإلى العمليات هناك ، مما أتاح للجيش أن يربح تغطية إيجابية خلال الحرب على حساب عدم رضا المؤسسات الإعلامية ، والشكوك حول إذا ما كانت تراه وسائل الإعلام يمثل الأحداث كلها (القصة الكاملة)

- الانتقاء الإعلامي (Pool Reporting):

من خلال الانتقاء الإعلامي يمارس الجيش تحكمه في الإعلام ، حيث يقوم الجيش بانتقاء من يقوم بالتغطية الإعلامية وتتم مشاركة وسائل الإعلام الأخرى له ، مما تحصل عليه تلك الوسيلة المنقاة . تستخدم هذه الطريقة لأنه مسرح العمليات لا يحتمل وجود العديد من الصحفيين . خلال الحرب العالمية الثانية سمح لعدد محدود من الصحفيين بمرافقة الجيوش لتغطية عملياتها ، وكان ذلك ناجماً عن كلفة إرسال الصحفيين إلى جبهات القتال . فمثلاً كان هناك (٤٦١) من المراسلين الصحفيين سمح إلي (٢٧)م فقط بمرافقة الجيش إلى نورمندي في (D-Day) ، (Ramsey, 1994) .

وفي فيتنام كان الحد المسموح به في أي وقت (٤٧) مراسلاً صحفياً ، وكان هذا من أصل (٤٠٠) صحفي ، وهذا العدد القليل من الصحفيين بسبب طبيعة الحرب الفيتنامية .

وفي عملية جريناندا (Grenada) فقد مثلت انخفاضاً كبيراً في العلاقات بين الإعلام والجيش ، فلم يسمح للصحفيين ، أو المراسلين بدخول الجزيرة مع الجيش عدة أيام بعد بداية العملية (Benjamin, 1995) .

وفي حرب الخليج كان هناك (١٦٠٠) صحفي ومراسل صحفي في السعودية، خصص منهم (٤٠٠) مع الوحدات المقاتلة في الحرب البرية، وهذا العدد الكبير من الصحفيين يشكل خطورة بالإضافة إلى وجود صحفيين أجانب في السعودية التي لم يكن فيها صحفيون أجانب قبل غزو الكويت. أما بقية الـ (١٢٠٠) صحفي الذين لم يشاركوا في التغطية، فلم تكن الإعلام بحاجة إلى وضع محظورات.

لقد وضعت قوات التحالف الشروط التالية على الصحفيين الذين يعملون من السعودية وعدم الالتزام بهذه الشروط يعرض الشخص إلى الترحيل، والشروط هي:

- ١- عدم ذكر عدد محدد من الجنود، أو الطائرات، أو المعدات . . . الخ . ، فقط عبارات عامة لوصف القوة المتوافرة .
- ٢- عدم ذكر أي خطط مستقبلية .
- ٣- عدم ذكر مكان الوحدات العسكرية .
- ٤- عدم ذكر طرق استخدام القوات المتحالفة للقوة .
- ٥- عدم ذكر المعلومات الاستخبارية المجمعة .
- ٦- عدم ذكر تحركات القوات العربية طالما أن هناك التحاماً عسكرياً .
- ٧- عدم ذكر مكان إقلاع الطائرات .
- ٨- عدم ذكر معلومات عن فعاليات أو عدم فعاليات قوات الخصم .
- ٩- عدم ذكر معلومات عن الطائرات المسقطة أو السفن أثناء البحث عن المفقودين .
- ١٠- عدم ذكر طرق قوة العمليات أو المعدات الفريدة .

١١ - عدم ذكر طرق التشغيل والتكتيكات بصفة عامة .

١٢ - عدم ذكر الانكشافات في العمليات والدعم إلا بعد إظهار المعلومات من القائد العام .

والمتطلب العام هو البقاء برفقة العلاقات العامة في القواعد السعودية و (Discretion) للقائد (Commander) في القواعد الأمريكية . جميع تقارير المراسلين الصحفيين وترسل مكتب المعلومات المشترك وترسل إلى الظهران ، والمكان الرسمي للمراقبة الخاص بالمراجعة الأمنية .

قسمت التغطية الإعلامية في حرب الخليج إلى أربعة أنواع المطبوعات ، والتصوير ، والراديو ، والتلفزيون ، وكل هذه كانت ذات إطلاع محدود جداً على مجريات الحرب المراقبة الإعلامية بالتأخير : من أكثر الشكاوي خلال عاصفة الصحراء هو تأخير التقارير الواردة من الجبهة ، ففي أفضل الأحوال كانت مقطوعة الفيديو يستغرق نشرها من لحظة قدومها من الجبهة يوم كامل ، وبالمعدل تستغرق (٣) أيام . ومن أسباب التأخير هو المسافة الكبيرة داخل مسرح العمليات وأخذ التقرير إلى الدمام من مؤسسة (Vii Corps) يتطلب السفر مسافة طويلة حتى مدينة الملك خالد العسكرية (KKMC) حيث ترسل التقارير منها إلى مدينة الدمام ، والسبب الثاني هو الأولوية الدنيا التي أعطاها الجيش للإعلام . وكان الأصل أن ترسل التقارير بسيارة عسكرية وبعد الاحتجاج من المراسلين تم استخدام طائرة هيلوكبتر (Benjamin, 1995) والخلاصة أن تأثير الإعلام في حرب الخليج كان ضعيفاً ، وقد كان الإعلام بعيداً عن مركز الفعاليات عمداً وأحياناً دون قصد من قبل الجيش الذي لازال يتذكر فيتنام . وأن المعلومات ليست حرة في زمن الحرب ، إن نشر المعلومات أو بثها في الوقت الخطأ قد يؤدي إلى قتل الناس .

أظهرت دراسة الرشيدي أن العراق قد استخدم عدداً من الأساليب النفسية في تعامله مع الكويتيين منها القتل والأسر والتعذيب والتحرش بالنساء واختطاف الأطفال من البيوت وقطع مياه الشرب، واستغلال الدين الإسلامي والعروبة والاقتصاد، ولقد نجم عن هذه الممارسات أن مشاعر الكويتيين تجاه القوة الفاعلة في الحرب شملت مشاعر عدم الأمن والكرهية للعراق وللشعوب المؤيدة له، ولبعض الجاليات الأجنبية في الكويت (الرشيدي، ١٩٩٥).

٧ . ٥ الإعلام الأمني في المجتمع المعلوماتي

يتسم عصر المعلومات بالاعتمادية المتزايدة للمجتمعات اليوم على المعلومات وفي كافة الأنشطة الحياتية المختلفة الرسمية منها وغير الرسمية، المدنية والحكومية والعسكرية . وتقدر قيمة المعلومات التي يتم تبادلها يومياً بمليارات الدولارات . ومع بداية التسعينيات بدأ الغرب الاهتمام بأمن المعلومات وحرب المعلومات حتى أن راثلمل (Rathmell) سمي المعلومات أسلحة التخريب الشاملة (Weapons of Mass Corruption) .

تعد المعلومات الأساس الجوهرى للنظم البيولوجية المادية والسلوكية والاجتماعية . مجتمع المعلومات مجتمع كوني الترابط ، مجتمع بيت العنكبوت ، مجتمع الأرقام والبيانات ، مجتمع الطريق الفائق السرعة للمعلومات مجتمع الاعتماد المتبادل ، مجتمع البناء التحتي المعلوماتي الكوني ، مجتمع الافتراضية والتخيلية والرقمنة التي أصبح لكل إنسان مجموعة أرقام تدل عليه ، لكل فرد (IP) يدل عليه سواء كان ملفاً أو رقماً وطنياً أو رقم جواز سفر ، مجتمع الكترونيات تسير الحياة الاجتماعية من

الرسائل عبر الجوال، إلى البطاقات الممغنطة والسحب الآلي للنقود، إلى النقود الالكترونية والتعليم عن بعد والموسيقى الرقمية والكتاب الالكتروني، والمدرس عن بعد . . . الخ . مجتمع النهايات (نهاية المكان، ونهاية المسافة، ونهاية التاريخ، ونهاية الدولة، ونهاية الورق، ونهاية الايدولوجيا ونهاية الاضداد، ونهاية العمل)، مجتمع المنفيات (مصانع لعمال، وتعليم بلا معلمين، وبرمجة بلا مبرمجين، ومجتمع بلا نقد، ومكاتب بلا جدران، ومكتبات بلا رفوف، وسياسة بلا نواب، وجنس بلا رفقة) ومجتمع المبعديات (ما بعد الحداثة، ما بعد الكتابة، ما بعد البترول، ما بعد عصر المعلومات).

والمحافظة على المعلومات بعيدة عن الخصم، عملية تكلف الكثير، بالولايات المتحدة الأمريكية تنفق حوالي (٦, ٥) مليار دولار سنوياً على « فرض السرية» على المعلومات، ولديها حوالي (٥, ١) مليار صفحة حكومية عمرها أكثر من (٢٥) سنة تحت أقفال السرية، وفي عام ١٩٩٥م تم تصنيف (٦, ٣) مليون وثيقة بأنها سرية وبالتالي فإن القرارات وخاصة الأمنية المبنية على معلومات سرية غير موثوقة ولا صادقة تؤدي إلى قرارات بالضرورة غير صحيحة ولا موثوقة، وقد تكلف الكثير. والقرار الأمني مثله مثل القرار السياسي قد تعدد فيه اللاعبون (المعنيون)، وليس الأمنيون لوحدهم، بل أصبحت مراكز البحوث، ومراكز الاستطلاع العام، وشبكات الحاسب، والقنوات الفضائية والإعلام . . الخ، كلهم مؤثرون في اتخاذ القرار وفي توجيه القرار، وفي غياب إجماعهم لا يحظى القرار بالقبول ولا بالتنفيذ. فالإعلام والجامعات الأمريكية دفعت بالحكومة الأمريكية إلى الانسحاب من فيتنام، وخاصة المظاهرات الشعبية ضد الحرب في تلك الفترة.

إن استخدام المعلومات عنصر أساسي في الإعلام الأمني ، لأن الهدف العام للإعلام الأمني هو التأثير ، وهذا التأثير قد يكون في اتجاه الدفاع وتقوية الجبهة الداخلية للمجتمع ضد مهددات الأمن الداخلية والخارجية أو في اتجاه الهجوم وإضعاف معنويات الخصم والتأثير على تماسك مجتمعه وبالتالي الوصول إلى انهياره .

ولقد وصف صن تزو (Sun Tzu) عملية استغلال المعلومات في الحرب بقوله : « إن معرفتك لعدوك ومعرفتك لنفسك في مئات المعارك لن تجعلك تخسر أو تتعرض للخسارة . وعندما تتجاهل عدوك وتعرف نفسك فإن فرصتك في النصر أو الهزيمة متساوية . أما إذا تجاهلت نفسك وعدوك ، فتأكد أنك ستكون الخاسر في كل معركة» .

إن هدف الإعلام الأمني هو عقل الإنسان وخاصة العقول التي تتخذ القرارات وخاصة العسكرية أو المعروفة بالعمليات النفسية (Psyop) . وحرب المعلومات صراعات تتضمن حماية المعلومات (Degradation) ، والحرمان من استخدام المعلومات (DOS) . وهذه تشمل السيطرة والتحكم (C) والاستخبارات والحرب الإلكترونية (راديو ، تشفير) والحرب النفسية ، وحرب الدخلاء ، وحرب الاقتصاد المعلوماتي ، والحرب الفضائية (Stein, 2000) .

إن استخدام المعلومات ليس بالجديد ، وهو ليس ظاهرة «الموجة الثالثة» ، أو من نتاج ثورة الكمبيوتر . فلو أخذنا الطائر مثلاً ، فهذا المحارب الذي يستخدم المعلومات قد ضلل أكثر من (١٨٠) نوعاً من الطيور بوضع بيضه في أعشاش الطيور الأخرى ويكرهها على حضانتها . ولمحاولة منع اكتشافه ، يحاول هذا الطائر تعديل شكل البيضة لتصبح مثل بيضة الطائر

المضيف . وسلوكه هذا يدمر تكاملية بيئة معلومات المضيف . ويصبح المظهر الخارجي للبيضة مصدر معلومات غير موثوق به . وهناك مثال آخر فإن « الغراب » يقوم بحركات استسلام خادعة كاذبة للمناوئين الذين يكرههم كي يشجعهم على الاقتراب منه . فإذا اقتربوا منه قام بهجمة شرسة عليهم (Rue, 1994) .

وقد كان الإنسان ولا يزال مهتماً بحماية معلوماته ضد أعدائه . فقبل أكثر من (٥٠٠٠) خمسة آلاف سنة ، حمى إمبراطور الصين سر إنتاج الحرير ، أو دودة القز التي تنتج ألياف الحرير الطبيعي ، وشجر التوت الذي يعتبر الغذاء الأساسي والمسكن المناسب لدودة القز ، وأسلوب نسج هذه الألياف لصناعة خيوط الحرير الطبيعي ، وقد هدد الإمبراطور من يبوح بسر صناعة الحرير بالقتل تعذيباً . وقد نفعهم هذا النظام الأمني الشديد لمدة وصلت حوالي ثلاثة آلاف سنة ، حيث نقلت هذا السر أميرة غادرت الصين لتتزوج أميراً في دولة بعيدة . ففي عام (١٥٠٠) قبل الميلاد أيضاً احتفظت حضارة ما بين النهرين بأسرار صناعة الفخار الملون ولكن بطريقة أقل تهديداً لحياة البشر . وقد كتب الصناع طريقة صناعتهم للفخار الملون على شكل رموز واحتفظوا بها في قطعة من طين الفخار . وفي القرن الأول قبل الميلاد ، خاف يوليوس قيصر أن تكتشف رسائله فكتب إلى سيسرو (Caesar) وأصدقاء آخرين رسالة سرية مرمزة لا تنزل تحمل اسمه حتى اليوم (Denning, 1999) .

فحوالي سنة ١٢٠٠ قبل الميلاد ، دخل اليونانيون متسللين إلى طرواده بطريقة مخادعة حيث استخدموا حصان طروادة الشهير . ومن كان يظن أن ذلك الحصان الخشبي كان طريقة تمويه ويحوي في داخله على عدد من

المقاتلين المسلحين؟ وفي القرنين الثاني عشر والثالث عشر الميلاديين نجح المغول في إلحاق الهزيمة بكل من الإمبراطورية الصينية، والمسلمين والنصارى حيث درسوا المواقع الدقيقة لأعدائهم .

فقد استخدم المسلمون أساليب الإعلام الأمني من خلال تحطيم الروح المعنوية لدى الأعداء، قال (ﷺ) «جاهدوا المشركين بأموالكم وأنفسكم وألستكم»، قال (ﷺ) «إن المؤمن يجاهد بسيفه ولسانه، والذي نفسي بيده لكان ما ترونهم به نضح النبل» .

وإيقاع الرعب والخوف من الأساليب النفسية الأخرى التي استخدمت، قال (ﷺ) «نصرت بالرعب»، ولقد استخدمت أساليب أخرى منها الصدق في القول والتصميم على تحقيق الهدف، وحيث كان القادة المسلمون يحذرون العدو وينفذون وعيدهم، وذلك لإحباط إرادة القتال، ولقد استخدم الأمريكان هذا الأسلوب مع العراق فما أطلق عليه حرب تحرير العراق تحت عملية الصدمة والرعب بالإضافة إلى أسم النشرات الورقية التي تحدد تاريخ ووقت تدمير مواقع عسكرية معينة وكان يطلب من الجيش العراقي الهروب منها . كما أن المسلمين قد استخدموا الجواسيس في جمع المعلومات، فقد وجه مروان بن محمد ابنه عبد الله لحرب الضحاك ابن قيس الشيباني وأرسل له رسالة جاء فيها «أحذر أن يعرف الجواسيس في عسكريك أو يشار إليهم بالأصابع . . . وأعلم أن لعدوك عيوناً راصدة وجواسيس كامنة وأنه من يقع رأيه عن مكيدتك بمثل ما تكايده به»، كما استخدمت الخدع ويقول الرسول (ﷺ) «الحرب خدعة . . .» وقيل «رب حيلة أنفع من قبيلة» (العسلي، د. ت. .).

ولقد استخدمت المعلومات في الإعلام الأمني على نطاق واسع

لتشكيك العدو بالهدف الذي يقاتل من أجله ، فمثلاً في فتح مكة تم التركيز على المباغثة وإخفاء أمر الهجوم وتدمير معنويات العدو ، وبث الفرقة بين صفوف العدو ، وتحييد القوى الأخرى وحرمان العدو من محالفتها والتخويف والضغط النفسي من خلال استخدام كلمات وصيحات مثل «الله أكبر» و «أحد أحد» ، والطلب من أفراد العدو التسليم في مقابل المحافظة على حياتهم ، ففي فتح مكة أعطى الرسول الأمان لقريش على لسان أبي سفيان « من داخل دار أبي سفيان فهو آمن ، ومن أغلق بابه فهو آمن ، ومن دخل المسجد فهو آمن » ، ولقد استخدمت بعض هذه الأساليب في حرب الخليج الثانية حيث طلب من الجيش العراقي التوجه إلى إخوانهم في السعودية وأنهم إن حملوا ورقة « العبور الآمن » فلن يؤذوا ولهم الحياة والمعاملة الحسنة . . . الخ .

كما أن المسلمين قد استخدموا العيون والأرصاد لجمع المعلومات عن الخصم وتحركاته ، وكان للنبي (ﷺ) عيون في المدينة مثل حذيفة بن اليمان ، وفي مكة العباس ، وفي القبائل العربية . كما تم استنطاق الأسرى واستجوابهم وجمع المعلومات منهم ، ففي معركة بدر قبضت جماعة استطلاع على غلامين يستقيان عند ماء بدر فتولى النبي استجوابهما وسألهما : كم ينحرون من الإبل كل يوم ؟ فقالا يوماً تسعة ويوماً عشرة ، فاستنبط الرسول من ذلك أنهم بين (٩٠٠-١٠٠٠ شخص) لأن من عادات العرب أن تخصص بغير الكل (١٠٠ شخص) ، وكذلك تعلم لغة العدو ، قال (ﷺ) « من تعلم لغة قوم آمن شهرهم » ، كما استخدمت الرموز والشغرات ، ففي غزوة الخندق بعث النبي (ﷺ) بعض رجاله إلى بني قريظة ليعرفوا حقيقة ما بلغه من نقضهم العهد وهم داخل المدينة وأمر بأن يلحنوا بالقول وحين يعودون ولا يفصحون في حالة تأكدهم من الخبر .

٦ . ٧ نحو أنموذج للمعلومات

إن المتمعن بخصائص مجتمع المعلومات يرى أنه بحاجة إلى أنموذج (Paradigm) جديد لتفسير كثير من الظواهر في هذا العصر، أنموذج معلومات يمكن معالجة مواضيع السياسة والاجتماع والاقتصاد . . . الخ . ففي مجال الاجتماع فإن الحاجة ملحة لبلورة أنموذج المعلومات الاجتماعية الذي يمكن من وضع نظرية اجتماعية وتطبيقات عملية ومنهجية جديدة ترسي لمجتمع المعلومات المظلة الكافية لتفسير البناء الاجتماعي له . فعلم الاجتماع بحاجة ، إلى نظرية للجوال والانترنت والتفاعلات التخيلية عبر الشبكة والتوهج والمضايقة على الانترنت وبريد الكراهية والاتجار بالنساء والأطفال والسياحة الجنسية والمواقع الإباحية والثقافة المحلية والكونية والعمولة . . . الخ . وكذلك فإن الحاجة قائمة لأنموذج في السياسة ، تفسير القوة التي تملكها جماعات الضغط المهني ، والديموقراطية عبر الانترنت ، والاقتصاد الالكتروني إلى الحكومة الالكترونية .

لقد جلب مجتمع المعلومات تحديات علمية وشكل أزمة علمية في كثير من العلوم للإجابة على كثير من الأسئلة الجوهرية والتي لم تسعف العلماء والباحثين النظريات والمنهجيات التقليدية من الإجابة عنها . هذه الأزمة تدفع نحو تكون أنموذج نظري جديد في العلم عامة ، أنموذج ينطلق من المعلومات ويضعها حجر الزاوية في التعامل مع ظواهر مجتمع المعلومات .

٧ . ٧ تحديات جديدة ومهددات أمنية جديدة

جلب عصر المعلومات تحديات كثيرة وفي مجالات متعددة، منها المجال التربوي والاقتصادي والأمني . كما ظهرت تهديدات أمنية جديدة تختلف من تملك المهددات الأمنية التقليدية وخاصة تلك المرتبطة بالمعلومات والالكترونية منها . فالتحقيق في جرائم الحاسب والانترنت مثلاً يتطلب أعداداً فنياً للتحقيق ، وطرق الشبكات وسرقة المعلومات وتحويل المال من البنوك بشكل غير شرعي . . . الخ . كما أن عدم وجود دليل مادي للجاني أو ارتكاب الجريمة عن بعد من المهددات الأمنية الجديدة . كما أن البناء التحتي المعلوماتي والذي يشمل كافة النظم الرئيسة في المجتمع (الخدمات ، والبنوك والمال ، والحياة والاتصالات . . . الخ) .

فالصراع يعتمد ويدور حول المعلومات والاتصالات ، ويشمل البنى التقنية والتنظيمية والفكرية للمجتمع ، الصراع حول من يعرف المعلومات ، أين ؟ ومتى ؟ ولماذا؟ ثورة المعلومات ثورة تقنية وتنظيمية ، وتكوين نمط الشبكات من المنظمات محبب في هذا العصر ، فيه تناسب القوة إلى مجموعات صغيرة غير حكومية ، الصراع بالشبكات وليس بالهرميات . والمهددات متناثرة ومتباينة وغير خطية ومتعددة الأبعاد . لقد أصبح برنامجاً تليفزيونياً مهدداً للأمن أكثر من تهديد بعض الدول . ترى وزارة الدفاع أن حرب المعلومات يمكن تصنيفها في (١) الحرب من أجل المعلومات (War for Information) ، وهي حرب تهدف الحصول على المعلومات عن أهداف العدو وقدراته واستراتيجياته لتتمكن (نحن) من الدفاع عن أنفسنا ، (٢) الحرب ضد المعلومات (War Against Information) ، وتتعلق بحماية (الدفاع) عن المعلومات ونظمها لدينا وتدمير (الهجوم) معلومات ونظم

العدو، (٣) الحرب من خلال المعلومات (War Through Information) وهو استخدام المعلومات كمصدر هام وحيوي للسيطرة على المعلومات الخاصة بالعدو وتحسين الحصانة المعلوماتية والدفاعات المعلوماتية لدينا (Ehles, 1999).

وهذه التحديات والمهددات وضعت عبئاً جديداً وتحدياً جديداً على الإعلام الأمني. فتاريخ الإعلام الأمني المرتبط بالحكومة ذلك أن الأمن قد أرتبط كثيراً بالدولة، ولم يرتبط بالفرد والناس هذا الارتباط جعل الدولة هي المعني به، والمؤسسة الإعلامية الحكومية كبقية المؤسسات الحكومية التي ترحف ببطء في تغيير بناها في التحول المعلوماتي. ويلاحظ أن الإعلام الأمني لا زال تقليدياً وعقابياً، فالحملات الأمنية التوعوية ليست توعوية وإنما عقابية وكأنها حملات مدهامات على الشوارع للبحث عن الرخص ومدى سريرانها، وضبط السرعة تصيد وأحياناً في مواقع تكون محددة مسبقاً بسرعة لا تناسب الطريق ولكنها تناسب صيد السائقين وسلوك الشرطة لا زال سلوكاً فوقياً وليس خدماتياً وسلوك مؤسسات أنفاذ القوانين.

٧ . ٨ البث المراقب إلى البث المباشر

إن مراقبة الإعلام في عصر المعلومات لم تعد بالإجراء المقبول لا في أيام السلم ولا أيام الحرب. فبين الحرية الإعلامية وإعلام الجمهور وبين المحافظة على الجبهة الداخلية سواء كان ذلك تحصيناً أو دعماً للحرب قد برر في حالات مراقبة الإعلام وعدم السماح بنشر ما لا يسمح بنشره. أن التنافس على النشر وإيصال المعلومة شكل قوة ضغط على كثير من القنوات، فالقنوات الملتزمة بدعم الحرب عندما تبدأ بغض النظر عن الجرائم المرتكبة

بحق المدنيين وحجم الدمار . . . الخ . ستضع مصداقيتها في خطر شديد عند نشر قنوات أخرى بثاً مباشراً للأحداث الجارية في الميدان ، وما يقوم به الجنود في معاملة المدنيين ، وكشف زيف الادعاءات والحملات . أن ما يراه الإنسان يمثل معتقداً غير قابل للنقاش ، وبالتالي فإن البث المباشر للحدث يعطي تأثيراً بالغ الأهمية .

إن البث المباشر للأحداث سواء كانت حروباً أم أحداثاً أمنية حولها إلى أحداث ذات سرعة في الانتشار ، ورفع مصداقيتها ، وأدى إلى سرعة وصولها للمتلقي .

٧ . ٩ الإعلام المرسل إلى الإعلام التفاعلي

لفترة طويلة والإعلام عامة والأمني التفاعلي خاصة إعلام باتجاه واحد ، إعلام الدولة للمجتمع ، الرسالة الحكومية يجب أن ترسل للناس ، ولكن هل تصل أم لا تصل فهذا موضوع آخر . وفي ظل البث الأرضي للقنوات فإن الدولة تتحكم بما يصل للناس وقد تنجح في منع البث التلفزيوني من الدول المجاورة من الوصول إلى مواطنيها في حال الأزمات .

في عصر المعلومات فإن الإعلام تفاعلي بين المرسل وبين المتلقي حيث يمكن للمشاهد أن يناقش ، ويعارض أو يؤدي أو يعلق على الرسالة الإعلامية أو على موضوع ما . ويلاحظ كثرة البرامج الحوارية التي يستضاف فيها أفراد متخصصون لمناقشة موضوع ما . وأصبح دور المذيع هو تنظيمي فقط وليس مرسل كما في السابق . وفي أحيان كثيرة تطرح مواضيع كانت مهمة في قاموس الأمن التقليدي ، لا بل أن المشاركين هم فرقاء ومختلفون في كثير من الأسس . كل يقدم ما لديه والجمهور يحكم ويكون مواقفه واتجاهاته .

إن التفاعلية هنا هي تفاعل وجهاً لوجه في الاستديو وتفاعلية تخيلية بين المشاركين وليس المذيع فقط والجمهور، والجمهور هنا ليس جمهور الدولة ولكن جمهور الكون.

٧ . ١٠ الإعلام الأمني من المحلية إلى الكونية

لم يعد الإعلام يعمل في نطاق محلي بحت، بل أصبح التنافس على التغطية الكونية، وانتشرت وكالات الأنباء والإعلام والمراسلين في كل مكان. إن التغطية الإعلامية على مستوى كوني ناجم عن عولمة الأمن والإعلام والثقافة. فالحدث الأمني في مكان يؤثر على مجموعات كثيرة في أمكنة أخرى، فلم يعد الحدث محلياً وخاصة الأمن. فمثلاً نجد جماعات حقوق الإنسان وجماعة الخضر ومعارضى الحرب يتظاهرون وبملايين البشر في دول بعيدة جداً جغرافياً عن موقع الحدث، لا بل فقد أتوا من بقاع العالم ليحموا المؤسسات الحساسة في العراق إبان الغزو الأمريكي للعراق. فلم تعد مؤسسات الإعلام الأمني تهتم بالرأي العام المحلي، بل بالرأي العام الدولي لأن تأثيره كبير جداً على الحكومات والدول.

من إعلام الأحادية إلى إعلام متعدد الأطراف لقد كانت مصادر الإعلام محددة، والحكومية منها موجهة ومحددة الفاعلية. أما في عصر المعلومات فلم يعد التلفزيون الحكومي المصدر الوحيد للمعلومات لا بل لم يعد مصدراً مهماً، بل أصبح مهماً في كثير من الحالات، حيث تنوعت وسائل الإعلام وتنوعت مصادرها. فالمواطن يمكن أن يتلقى أي نوع من المعلومات من محطات ووسائل مختلفة محلية وإقليمية ودولية، وغالبية هذه المحطات يعود للقطاع الخاص، وبالتالي فإن توجهاتها هي اقتصادية وهي

تنطلق من أن الإعلام اقتصاد ويحكم عملها التنافس في السوق . فانتشار المراسلين وسرعة وصولهم إلى الخبر دون تعقيدات بيروقراطية وحكومية كما هو الحال في الإعلام الحكومي ، قد سهل من عملهم وجعلهم أكثر انتشارا .

ولم يتوقف الإعلام عند التعددية ، بل أصبح ما يعرف بالإعلام الهجين الإعلامي حيث الاندماج بين أشكال مختلفة من وسائل الإعلام مثل الحياة LBC ، الجزيرة والجزيرة نت ، بالإضافة إلى أن غالبية وسائل الإعلام لها مواقع الكترونية بالإضافة إلى المطبوعات الورقية والمحطات الفضائية . . . الخ .

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

ايليوت كوهين، إدارة الأمن القومي في عصر المعلومات ص ص ١١١-١٤٠ .

البدائية، ذياب (٢٠٠٢) الأمن وحرب المعلومات . عمان : دار الشروق.
البحني، علي فايز (١٣٩٨ هـ) دور الإعلام الأمني في استتباب الأمن
ومكافحة الجريمة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام :
الرياض .

الحسين، عبد الله الثاني، ٢٠٠١ « القيادة وبناء الدولة في عصر المعلومات
في مركز الإمارات للبحوث والاستراتيجية» القيادة والإدارة في
عصر المعلومات ص ص (٢٣-٢٨) .

خير، مروان (١٩٩٩) الأردنيون والغزو الثقافي دراسات إعلامية، ع ٩٤ .
العسيري، عبد الرحمن محمد (٢٠٠٠) العمل الإعلامي الأمني العربي :
المشكلات والحلول، مركز الدراسات والبحوث، أكاديمية نايف :
الرياض .

كليش، فرانك (٢٠٠٠) . ثورة الانفوميديا : الوسائط المعلوماتية وكيف
تغير عالمنا وحياتك : ترجمة حسام الدين زكريا، الكويت : عالم
المعرفة، (٢٥٣) .

وليم اونز، إدارة السياسة الدفاعية في القرن الحادي والعشرين ص ص ٨٥
- ١١٠ .

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Arquilla, J.& Ronfeldt, D. (1998) Preparing for Information-age conflict. *Information, Communication & Society* 1: (1) PP 1-22.
- Doyle, M.W. (1986) Liberalism and world Politics, *American Political Science Review*, 80:4 : 11 51-96.
- Russett, B. (1993) *Grasping and Democratic Peace*, Princeton, N: Princeton University Press.
- Johnson, G. (1995) *Fire in the Mind: Science, Faith, and the Search for Order*, New York: Alfred A. Knopf.
- Martin, W. (1988). *The Information Society*. London: Aslib, The Association for information Management.
- Devost, M.G. (1995) *National Security in the information age*. Master thesis Graduate College, University of Vermont.
<http://www.terrorism.com/documents/devostthesis.html>
- Kelly, K. (1994). *Out of control. The rise of no-biological civilization*. San Francisco: Addison- Wesley.
- Kovacich, G.L. & Boni, W. (2000). *High-Technology- Crime Investigator is Itinerant*.
- Noam, E. (1995). *Electronics and the dim future of the University*. *Science* 26: 247-249.
- Halton, J. (1985). *The Anatomy of Computers. The Information Technology Revolution*. Edited by Tom Forester. Mass: Mit Press.
- Harris, L. E., (1995). *Canadian copyright law*. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.

- Mitchell, W. (1995). *City of Bits: Space, Place and the Infobahn*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Gore, A. (1993). Remarks, Washington, Prn: National Press Club. Dec. 21, 1993.
- Gilder, G., (1989). *Microcosm: The Quantum Revolution in Economics and Technology*, Simon and Schuster, New York.
- Fulford, C. (1996). *Doctrine for Joint Psychological Operations*. Pub# 3-53 PDF file.
- Denning, D.E. and Baugh, Jr. W.E. (1999). *Hiding Crime in Cyberspace*. <http://www.cs.georgetown.edu/~denning/>
- Fowler, C.A. & Nesbit, R. (1995). *Tactical Deception in Air-Land Warfare*. *Journal of Electronic Defense*. 120-H-1-220-H-15.
- Tims, R. (2001). *Social Engineering: Policies and Education a Must*. <http://www.sons.org/infosecFAQ/social/policies.html>
- Lang, M. (1994). *Computer libel Wins Academic \$40,000*. *Wast Australian*, April 2, 1994.
- IWS- Psyops (2001). *Psychological Operations* <http://www.iwar.org.uk/>
- Kammer, B. (1997). *Information Warfare: The Revolution in Military Affairs and How the US Is Adapting to the future of Warfare*, term paper for COSC 511, Georgetown University, _May 1, 1997, citing Norman Friedman, *Desert Victory: The War for Kuwait*, United States Naval Institute Press Annapolis, MD, 1991, pp. 172-178.

Stech, F. J. (1994). Wining CNN Wars Parameters, (10-29).

Rendon, J. (1996). Mass Communication and Its Impact, in
National Security in the Information Age, James P.
McCarthy ed., Conference Report, U.S.

Ramsey, C. (1994). The Fire this Time: U.S War Crimes in the
Gulf. New York Thunders Mouth Press.

Benjamin, D. (1995). Censorship in the Gulf.
<http://www.web1.duc.auburn.edu/benjadjp/gulf.html>

تقييم مسيرة الإعلام الأمني
في الدول العربية

العميد د. فضل حسن ضاهر

٨ . تقييم مسيرة الإعلام الأمني في الدول العربية

٨ . ١ مقدمة

إن الأهمية الخاصة التي أوليها شخصياً لموضوع الإعلام الأمني العربي وما يطرحه من إشكاليات سواء على المستوى الاستراتيجي (الماكروإعلام) أم التكتيكي (الميكروإعلام)، وسواء من حيث مضامينه أم أشكال ووسائل ممارسته . وسوف أوجز في هذه الورقة قليلاً من فيض ما لدي حول هذا الموضوع ذي الشؤون والشجون، آملاً أن يستثير هذا القليل تفاعلكم لاستحضار مدارات حوارية مباشرة داخل القاعة، وغير مباشرة خارجها، بحيث يكون لهذه المداخلة فعل الحصى تلقيها وسط البحيرة فترتسم بها الدوائر التي تسمح بفرز المكنونات صالحها وطالحها، فساهم بذلك، جميعنا، في خدمة أوطاننا ومجتمعاتنا من جهة، وفي خدمة الإنسان حيثما كان من جهة ثانية .

وتداركاً للغوص في عموميات قد يكون تكرارها من نوافل القول، فلسوف أدخل معكم مباشرة في صلب الموضوع، منطلقاً من تحديد الاطارين الزمني والجغرافي وكذلك المفاهيم والتعاريف المتصلة بموضوع بحثنا، إلى عرض تقريرتي حول واقع الاعلام الامني العربي من منظوري الاعلاميين والامينين (وهما للأسف منظوران متوازيان ان لم نقل مختلفان!!) وصولاً إلى تحديد القواسم المشتركة التي لا بد من العودة إليها في سبيل بناء منظومة إعلامية عربية جديدة تكون قادرة على استيلاء مقوماتها الأمنية والاقتصادية والبيئية والسياحية والسياسية والثقافية

. . . الخ بأفضل صورة ودون تشوّهات ، لتتجاسر بعد ذلك ، وبه ، على الوقوف بوجه الغزو الاعلامي الضارب فينا ، ومقارعته مقارعة الند للند .
دعونا أولاً «أيها السادة ، نتجاذب أطراف الحديث حول طريقة فهمنا لموضوع هذا البحث ، لنزيل أي اختلاف مسبق في وجهات النظر بحيث يسهل علينا الحديث بلغة واحدة ولو بأفكار مختلفة . من حيث المكان ، نعتبر ان دائرة التفكير تتجه نحو الوطن العربي كاملاً» ، بما فيه جميع الأراضي المسلوّبة من قبل اسرائيل . أما الزمان فسنبدأه ، لضرورات هذا البحث ، من تاريخ ابتداء عقد اجتماعات المجالس المتعاقبة لأصحاب السمو والمعالي وزراء الداخلية العرب^(١) ومع بدايات استشعار هذه المجالس بأهمية مواكبة الاعلام لأي نشاط أمني هادف إلى مكافحة الجريمة لاسيما عن طريق التوعية الاعلامية السليمة .

اما من حيث الموضوع ، أي الاعلام بشموليته ، ودون أي تعمد لإغضاب من قد لا يسرهم ما سنقول ، فإننا نعتقد ان مفاهيم الإعلام بدايةً ، والقضية أو القضايا المشتركة ثانياً . (بما في ذلك ماهية العدو أو الأعداء المشتركين) ، والهموم الأمنية العامة والقطاعية المستوجبة مواكبةً اعلاميةً أمنيةً متخصصة وملائمة ثالثاً . هي بمعظمها مفاهيم غير مشتركة في عالمنا العربي ، بحيث ان أي فرع من فروع الاعلام الذي سنقوم له لن يكون أفضل حالاً من أصله . وان أي تناول لهذه الاشكالية المعقدة والمركّبة يحتاج إلى شجاعة

(١) عقد مجلس وزراء الداخلية العرب عشرين دورة حتى الآن منذ تأسيسه وإقرار نظامه الأساسي من قبل مجلس جامعة الدول العربية في سبتمبر ١٩٨٢ م . وكان أول اجتماع له في ديسمبر ١٩٨٢ بالمملكة المغربية (الدار البيضاء) وآخرها في يناير ٢٠٠٣ بالجمهورية التونسية .

تبدأ من إعادة النظر في كثير من تجليات واقعنا العربي سواء على المستوى الاقتصادي أم السياسي أم الاجتماعي أو الفكري أم التراثي الحضاري أم البيئي وصولاً إلى المستوى الأمني (وهي جميعها مستويات متداخلة قد يضطر الباحث لتجزئتها لأسباب بحثية ليس أكثر). مروراً بإعادة النظر كذلك في طريقة فهم كثير من الظروف المحيطة بهذا العالم العربي سواء الإقليمية منها كالخطر الصهيوني المحدق، أم الأقليمية كالصراعات الأثنية والقومية والدينية وتنازع الثروات والطاقة والمياه... إلخ (ما ظهر منها وما هو مستتر قيد التحضير). أم الدولية في ظل عولمة طاحنة تديرها سياسة القطب الواحد الحاكم.

ولتبسيط الأمر نقول، شجاعٌ هو كل من يُعمل الفكر في قراءة وتحليل ما ذكرناه أعلاه قراءة واعية، فيُشغل هذا الفكر ناقداً ومتسائلاً، ويسقط الكثير من المسلّمات والرموز القائمة، ولا يعود بالتالي متلقياً بل يُصرّ على أن يكون متفاعلاً وفاعلاً، فتنتهي أزمته مع المفهوم العضوي والبنوي للإعلام لتبدأ أزمة جديدة مع المفهوم الوظيفي لهذا الاعلام!! ولعلنا، وللأسف، في إطار هذه الأزمة أو تلك أو الأثنين معا، سنتحاور حول مسيرة الإعلام الأمني في الدول العربية منطلقين من فرضية ان الإعلام الأمني هو نفسه الاعلام الشامل عندما ينشغل طبيعياً بأمره الأساسية، لاسيما منها تلك التي تؤثر على أمن المجتمع واستقراره تاركة انعكاسات سلبية و/ أو إيجابية. وبذلك فإن مفهوم الاعلام الذي سبجنا في عملنا التقويمي ليس بالضرورة الاعلام المرتبط بوسائله السمعية والبصرية (مقرؤ- مرئي- مسموع) بل يتعداه إلى كل ما يتعلق بعلوم التواصل (أو الاتصال) وأساليبها وأشكالها والسلوكيات والعادات اللصيقة أو النابعة من هذه الأساليب وتلك الأشكال. انطلاقاً من القناعة بأن التربية الأنسانية والمدنية

عموماً، تُكتسبُ بالتعلّم والتدريب ، وان الإعلام هو جرعة الأوكسجين التي لا بد منها لانتعاش هذه التربية ، وأن انتعاشها إذا تحقق سيخلق حالة أمنية مستقرة ولا شك ، وأن ذلك سينعش مرافق الحياة العامة كافة . وأن تراكم حالات الانتعاش هذه ستزيد من الارث الحضاري والثقافي للمجتمع بأسره .

فإذا نزعتم معي ، أيها السادة ، نحو هذا الفهم لموضوع الاعلام ، سهل علينا استعراض الواقع وتحليله ونقده بطريقة بناءة، وسهل علينا بالتالي استنباط وسائل جديدة للمعالجة والتطوير ولو من قبيل «إضاءة شمعة بدلاً من لعن الظلمة .

٨ . ٢ واقع الاعلام الأمني العربي

وفقاً لتسلسلها الزمني ، يمكن تلمّس مرتكزات هذا الاعلام الأمني بالنسبة إلى الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية ، من خلال الاستراتيجية الاعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية الجرمية وما تبعها من خطط تنفيذية خمسية (خطتان : الأولى انتهت في ٣١ / ١٢ / ٢٠٠٢ والثانية بدأت مباشرة بعد هذا التاريخ ، وقد كان لي شرف رئاسة فريق العمل المعني بتقييم الخطة الاعلامية الأولى ووضع مشروع الخطة الثانية التي أقرها المجلس الوزاري الموقر في دورة انعقاده العشرين في تونس) .

وإذ نؤكد على التسلسل الزمني ، فانما لنشير إلى أمر جوهري تم تداركه لاحقاً ، ولله الحمد ، عندما راحت تعقد اجتماعات تعاون ثنائي بين لجان مشكّلة من مجلسي وزراء الداخلية والإعلام العرب من أجل التحضير لاجتماعهما المشترك الذي عقد في تونس بتاريخ ١٥ / ١ / ٢٠٠٣ م . وإن

القرارات الهامة التي صدرت عن هذا الإجتماع المشترك تصلح أساساً لتحول نوعي في مقاربة الاعلام العربي للشأن الأمني تحت شعار «التكامل في الأداء والاشتراك في المسؤولية» على النحو الذي عبّر عنه أصحاب السمو والمعالي الوزراء أنفسهم لاسيما في البيان الختامي الذي أصدروه (ملحق رقم ١) هذا مع العلم بأن استعراض جدول الأعمال، وما تقرر بالنسبة لكل بند من بنوده، من شأنه اطلاع القارئ على ما نحن بصدده تقويمه ولو بصورة وصفية تقريرية Narratif .

٨ . ٢ . ١ : البند الأول : الاستراتيجية الاعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة

١ - تمهيد أول حول موقع الاستراتيجية في إطار إنجازات الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب

على أثر صدور عدد من القرارات المرتكزة إلى ما أولاها مجلس وزراء الداخلية العرب من أهمية خاصة لموضوع التوعية الأمنية والوقاية من الجريمة لاسيما في ضوء الدراسات والأبحاث المتميزة التي أعدت في إطار أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية^(١) وكذلك التوجيهات الصادرة تباعاً عن مؤتمرات واجتماعات نظمتها الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب ومنها على وجه التخصيص اجتماعات «اللجنة الاستشارية لتقييم وتوجيه

(١) ولمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى التقارير الدورية التي ترفع من رئاسة الأكاديمية حول المراحل المنجزة تباعاً من البرامج التنفيذية الموكلة إليها بموجب القرارات الصادرة عن مجلس وزراء الداخلية العرب، كما يمكن الرجوع إلى كتيّب إصدارات الأكاديمية .

البرامج الاعلامية والثقافية والتربوية من ناحية تأثيرها السلوكي والأمني». وفي سبيل انجاز عمل متكامل يكون مختصاً بتطوير الاعلام الأمني بما يؤدي إلى تعميق الوعي الأمني لدى المواطن العربي ورفع مستوى مشاركته في مكافحة الجريمة. فان مجلس وزراء الداخلية العرب انتهى إلى إقرار « الأستراتيجية الاعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة » المذكورة أعلاه وذلك بدورة انعقاده الثالثة عشرة في تونس من ٤ إلى ٦ يناير ١٩٩٦ (القرار رقم ٢٥٦).

هذا مع العلم بان المجلس نفسه أقرّ تباعاً مجموعة من الاستراتيجيات والخطط التي تتصل بموضوع الاعلام الأمني مباشرة من خلال ما تضمنته من خطاب إعلامي صريح وهادف، وغير مباشرة من حيث كونها تشكل مادة اعلامية بامتياز. وها نحن نورد بعضها على سبيل التعداد لا الحصر:

- الاستراتيجية الأمنية العربية (١٩٨٣ م) وما تبعها من خطط مرحلية ثلاث.
- الاستراتيجية العربية لمكافحة الاستعمال غير المشروع للمخدرات والمؤثرات العقلية (١٩٨٦ م) والخطط المرحلية الثلاث التي وضعت لتنفيذها.

- الخطة الاعلامية العربية الموحدة لمكافحة ظاهرة المخدرات (١٩٩٤ م).
- الاستراتيجية العربية لمكافحة الارهاب (١٩٩٧ م) والخطتان المرحليتان اللاحقتان لتنفيذها.

- الاستراتيجية العربية للحماية المدنية (الدفاع المدني) ١٩٧٩ م والخطة اللاحقة لتنفيذها (٢٠٠٢ م) إلى جانب الخطة النموذجية لمواجهة الكوارث (٢٠٠٢ م).

- الاتفاقية العربية لمكافحة الارهاب (١٩٩٨ م) وما تبعها من اجراءات

- تنفيذية اعتمدت وبوشر العمل بها اعتباراً من ١ / ١ / ٢٠٠١ م .
- الاستراتيجية العربية النموذجية لوقاية الأحداث واصلاحهم ١٩٩٨ م .
- الخطة الاعلامية العربية النموذجية الشاملة لتوعية المواطن العربي ضد أخطار الارهاب وتحسينه بالقيم الروحية والاخلاقية والتربوية .
- الاستراتيجية العربية للسلامة المرورية (٢٠٠٢م) .
- الخطة الاعلامية العربية للوقاية من جرائم الاحتيال (٢٠٠٢ م) .

إلى جانب ذلك ، فإن مجلس وزراء الداخلية العرب بادر إلى إنشاء مكتب متخصص بالشأن الإعلامي هو المكتب العربي للإعلام الأمني (مقره القاهرة) مولياً إياه مهمة العمل على تحقيق التعاون والتنسيق بين الجهود الإعلامية الأمنية في الدول العربية ، فضلاً عن التعريف بأنشطة مجلس وزراء الداخلية العرب وأمانته العامة وسائر أجهزة المجلس الأخرى^(١) .

بقي أن نشير ، في هذا التمهيد إلى أن الاستراتيجية عموماً ، والإعلامية التوعوية خصوصاً تضمنت منطلقات وأهداف ووسائل وآليات ، جاءت جميعها لترسم الإطار العام الذي تندرج ضمنه أهداف الخطط التنفيذية اللاحقة وكذلك الوسائل والأجهزة والبرامج التنفيذية التي

(١) الجهود الكبيرة لهذا المكتب لم تأت ثماراً ملحوظة بسبب إمكانيات المكتب المتواضعة من جهة ، وحاجته إلى إعادة تفعيل تبدأ برسم هيكلية تنظيمية جديدة ، ونصب أهداف تتطرق من مفهوم «الإعلام-التواصل» على جميع المستويات وليس «الإعلام-الإعلان» ضمن عائلة الدول الأعضاء وعلى مستوى محدود . أنظر الملحق رقم (٢) وهو نموذج عن بيان توعوي شامل صادر عن المكتب أما الأفلام التي أعدها هذا المكتب فإنها ترسل إلى وزارات الداخلية في الدول الأعضاء حيث يصبح من العسير معرفة كيفية الوصول إليها !! . (مما يدل على ضعف الإقتناع بجدوى بثها) .

تنخرط وتتحدد في سبيل تنفيذ هذه الأهداف ، فضلاً عن الأحكام الخاصة بتمويل كل خطة وتاريخ بدئها وانتهائها وإجراءات متابعة تنفيذها وتقييمها بشكل دوري ومنتظم .

وبديهي القول ، في هذا المجال ، ان أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية أنجزت وما تزال ، بجدارة وكفاءة واقتدار وبمبتهى الانتظام والدقة والمثابرة ، جميع ما كان يوكل إليها من برامج تنفيذية مشمولة بتلك الخطط ، باعتبار ان الأكاديمية تشكل الشريك الدائم للأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية في تحقيق الإنجازات الكبيرة والكثيرة لمجلس وزراء الداخلية العرب .

٢ - تمهيد ثانٍ حول موقف الاعلاميين العرب مما كان مطروحاً للإجتماع

بدايةً ، لا بد من القول بوجوب العمل كثيراً في سبيل كسر وإزالة حاجز الجليد القائم بين إعلاميين والأمنيين ، وان الأرضية المطلوبة لإقامة جسور الثقة المتبادلة تحتاج إلى جهد كبير في سبيل تهيئتها وترصينها . ولعل في هذا الواقع ما يبرر القول بالأهمية القصوى التي اكتسبها انعقاد الإجتماع المشترك لمجلسي وزراء الداخلية والإعلام العرب ، وحيث انني تشرفت بتمثيل معالي وزير الداخلية والبلديات ، في الإجتماع التنسيقى الذي عقد في مقر الجامعة العربية بالقاهرة بين ١١ و١٢ نوفمبر ٢٠٠١م تحضيراً لهذا اللقاء الوزاري ، فقد جهدت في الحرص على مراعاة عدم استخدام أي تعابير أو عبارات من شأنها إثارة حساسية إخوتنا في الإعلام ، وذلك عندما توليت رئاسة فريق العمل المعني بوضع الخطة الإعلامية العربية الثانية . ولعمري فانه ليس أدلّ على حقيقة تبرّم الإعلاميين من بعض المصطلحات المألوفة لدى الأمنيين ، من الرّفص المطلق « لمشروع القانون العربي النموذجي بشأن الأسس والقواعد المتعلقة بتناول وسائل الإعلام العربية للمسائل الأمنية

وقضايا الإجرام». وهو المشروع الذي كانت قد أعدته الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب والذي لم تتم الإشارة إليه، ولو تلميحاً، في القرارات الصادرة عن الإجتماع الوزاري المشترك. في حين نجد ان مقدمة القرار المتعلق بالبند الأول حول الأستراتيجية الإعلامية (موضوع حديثنا) أوردت ما مؤداه ان المجلسين الموقرين، بعد اطلاعهما على وثيقة مجلس وزراء الداخلية العرب (مشروع الاستراتيجية الإعلامية ...) وبعد الأخذ في الإعتبار ما أبدته وزارات الداخلية والإعلام العربية من ملاحظات ومرييات بشأنها، وبعد الأخذ أيضاً في الإعتبار وثيقة «الإستراتيجية الإعلامية العربية» و«ميثاق العمل الإعلامي العربي». أكداً على مضامين الاستراتيجية على النحو الذي ورد في القرار.

٣- ما تقرر بشأن هذا البند في الإجتماع الوزاري المشترك

١- الترحيب بوثيقة «الاستراتيجية الإعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة» كإطار منهجي مشترك للجهود التي تنهض بها الأجهزة المعنية بالإعلام الأمني والتوعية الأمنية بوزارات الداخلية والإعلام العربية.

٢- دعوة مراكز البحوث الإعلامية، والإجتماعية، والدراسات الأمنية، وإدارات الإعلام الأمني بوزارات الداخلية العربية، والجامعات العربية، إلى الإسهام بأفكار ومقترحات تكفل التطوير والإثراء المتواصلين لمنطلقات هذه الاستراتيجية وعناصر خططها المرحلية، وتجميع الأفكار والمقترحات لدى الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب لإتخاذ ما يلزم بشأنها.

٣- تكثيف وتوسيع نطاق التعاون مع المنظمات والهيئات الدولية المعنية،

وخاصة في مجال تبادل المعلومات والتوعية بمخاطر الجريمة المنظمة ولاسيما الإرهاب بكافة أشكاله وصوره باعتباره ظاهرة عالمية .

٨ . ٢ . ٢ البند الثاني من جدول أعمال الإجتماع الوزاري المشترك

الخطة الإعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة.

في الواقع ، فإن الخطة الإعلامية المقصودة هنا هي الخطة الثانية ، التي كان مجلس وزراء الداخلية العرب قد أقرّها قبل يوم واحد من الإجتماع الوزاري المشترك . في حين ان اللجنة التحضيرية لهذا الإجتماع المشترك تدارست وتناقشت حول عناصر الخطة الإعلامية الأولى المقررة عام ١٩٩٨ م باعتبار ان الثانية لم تكن قد أقرّت بعد . وإذا استقرنا حقيقة هذا الخطأ التنظيمي الذي لم يشر إليه أي من المنظمين للإجتماع أو المشاركين ، فلربما ساقنا سوء الظن - وبعضه إثم - إلى التفكير بوجود حالة من عدم الدقة أو الجدية التي لا بد من أن يكون في عالمنا العربي من يشير إليها دون أن يُفسد ذلك للود قضية على الأمور تصطلح مستقبلاً فُتبنى الأفكار والقرارات على مقتضياتها . أما بالعودة إلى ما تقرر بشأن هذه الخطة فاننا نذكر به ، للأهمية ، على النحو التالي :

١ - الترحيب بما بذله مجلس وزراء الداخلية العرب وأمانته العامة من مبادرات وجهود طيبة للإهتمام بمجال الإعلام الأمني والتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة . وما أثمرت عنه هذه المبادرات والجهود من توفير هذه الخطة .

٢ - الترحيب بما أبدته وزارات الإعلام العربية من استعداد لتعظيم التعاون مع وزارات الداخلية العربية في سبيل تعزيز إدارات وأجهزة الإعلام الأمني والتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة .

٨ . ٢ . ٣ البند الثالث من الإجتماع الوزاري المشترك :

إيجاد آلية للتنسيق بين مجلسي وزراء الداخلية والإعلام العرب.

إن ما كان مطروحاً من أوراق عمل تناولت هذا البند، سواء من وزارات الإعلام أم الداخلية في الدول العربية الأعضاء، حقق شبه توافق على قيام لجنة دائمة للتنسيق والمتابعة. وبعد مناقشة هذه الأوراق إلى جانب التصورين المقترحتين من الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب والأمانة العامة لجامعة الدول العربية (إدارة الإعلام) فإن القرار الذي اتُخذ حدّد الأمور التالية :

١ - يبدأ التنسيق على المستوى الوطني بين وزارتي الداخلية والإعلام حول ما تم الإتفاق عليه طبقاً لظروف كل دولة .

٢ - التنسيق بين الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب والأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب وذلك من خلال ما يلي :

أ - يتبادل أمين عام مجلس وزراء الداخلية العرب ورئيس اللجنة الدائمة للإعلام، المعلومات والمكاتبات والوثائق والمشاورات حول المستجدات الأمنية والإعلامية .

ب - يحضر أمين عام مجلس وزراء الداخلية العرب اجتماع محضر وزراء الإعلام ويحضر رئيس اللجنة الدائمة للإعلام اجتماع وزراء الداخلية العرب ويحيط كل منهما مجلسه بما انتهت إليه أعمال المجلس الآخر في الأمور التي تهمة .

٨ . ٣ التحديّات والمشهد المأزوم

ليس لاختيار هذا العنوان أية غاية تيّسسية أو تشاؤمية، فلعمرنا إنّ أصعب الأمراض شفاءً هي تلك التي لا يدركها وعي المريض، وإن رحلة الألف ميل تبدأ دائماً بالخطوة الأولى، وإنه آنّ لأمتنا العربية ان تتعافى وتنهض وتحثّ الخطى لمواجهة التحديّات، قديمها والمستجدّ، وما أكثرها من تحديّات .

ولما كان الاعلام الصهيوني أثبت قدرة وتفوقاً لا يمكن انكارهما، وبعيداً عن أية عقد نقص قد يعتقد البعض انها وراء الحديث عن هذا الاعلام، وانما من قبيل تقديم نموذج إعلامي على سبيل الاعتبار والقياس (نموذج غير معياري نظراً للفروقات الحضارية والتاريخية بين المجتمعين العربي والصهيوني على جميع المستويات الاجتماعية والانتروبولوجية والدينية والفكرية . . . الخ .) دعونا نستعرض الوقائع والمعلومات التالية :

في دراسة منشورة بمجلة الدفاع الوطني اللبناني تحت عنوان «الكلام الحر في الإعلام الصهيوني»^(١) يذكّرنا الدكتور نسيم الخوري بالسيطرة الصهيونية على أجهزة الإعلام المعروفة في العالم « إلى درجة ان الانتخابات والنشاطات السياسية^(٢) في أوروبا وأميركا تكاد ترتبط في شكل نهائي بقوة

(١) مجلة الدفاع الوطني اللبناني العدد (١١) كانون الثاني ١٩٩٥ ص . ص : ٨٩-١١٨ .

(٢) لا ننسى ان معظم التحليلات ربطت بين الحرب على العراق ومصالح إسرائيل، وهي تحليلات توزعت بين أوروبا وأميركا نفسها ومنها ما ثبت أنه يتمتع بدرجة عالية من المصادقية .

خفية تمسك الإعلام» مورداً، في هذا السياق، ان الإنخراط اليهودي لتحقيق هذه السيطرة ينطلق من «التمكن من لغات العالم، وتملك قدرة المخاطبة للشعوب والأمم وفهم روحها والتمكن من عقلية الغرب ككل، ولهذا نجد ان صحفاً يهودية تصدر باللغات العبرية والفرنسية والإنكليزية والألمانية والبولونية والهنغارية والرومانية والروسية والبلغارية واليديش (لغة اليهود) . . .» ثم ينتقل الدكتور الخوري إلى نقل مقاطع مجتزأة من بروتوكولات حكماء صهيون، وخصوصاً الثامن عشر منها حول الصحافة، وذلك على النحو التالي :

- سنقوم من خلال الصحافة بإحراز النفوذ وسنبقى نحن وراء الستار، ويجب أن نعرف أننا بفضل الصحافة كدسنا الذهب وسنكدسه .
- سنقوم بتهييج العواطف الجياشة وإثارة المجادلات الحزبية ونشرها في الصحف، وسيكون علينا الظفر بإدارة شركات النشر وتحويلها مورداً من موارد الثروة يدر الأرباح لحكوماتنا .
- لن يصل خبر إلى أي مجتمع من غير أن يمر على إرادتنا، وستنضم إلينا الوكالات جميعاً ولن تنشر إلا ما نختار منه للتصريح به .
- سنوثق مستقبل النشر بشهادات ورخص تسحب من صاحبها عند أدنى مخالفة، كما أننا سنفرض ضرائب على النشر في الصحافة الدورية . ونعتبر الكتيبات نشرات كي نقلل منها لأنها أعظم سموم النشر فتكاً . وهذا ما يدفع الكتاب إلى نشر الكتب الطويلة التي ستقرأ قليلاً بين العامة لطلولها، ولأثمانها الغالية، بينما نشر نحن كتباً رخيصة الثمن .
- وبما أن المؤلفين مسؤولون أمام القانون، سيصبحون بين أيدينا، ولن يجد كاتب ناشراً يرغب في قلمه وينشر له إن لم نحمه . فقبل الطبع لا بد

للناشر من إذن من السلطات لنشر العمل ، وبذلك نعرف سلفاً كل مؤامرة ضدنا .

- ستظهر الصحف الدورية التي نشرها كأنها معارضة لآرائنا ونظرتنا ، فنوحي بذلك بالثقة إلى القراء . ونعرض منظراً جذاباً لأعدائنا الذين سيقعون في شركنا ويكونون مجردين من القوة .

وبفضل هذه الإجراءات ، سنكون قادرين على إثارة عقل الشعب وتهدئته في المسائل السياسية . وسنكون قادرين على إقناع الرأي العام وبلبلته بنشر الأخبار الصحيحة أو الزائفة . الحقائق أو ما يناقضها حسبما يوافق أغراضنا . والأخبار التي نشرها تعتمد على الأسلوب الذي يناسب هذا الشعب . وسنحتاط دائماً احتياطاً عظيماً لجس الأرض قبل السير عليها . «

ويختم الدكتور الخوري ، بحثه هذا ، بفكرة هامة في سياق ما نحن بصده ، لذلك فاني أنقلها كما وردت لديه . « هكذا نفهم ، وببساطة كلية ، التركيز الصهيوني على الصحافة باباً أساسياً من أبواب الدعاية والحكم ، والصحافة هنا شاملة لكل وسائل الاتصال المعروفة في العالم . ولكنها تسيير وفق منهجية غير مباشرة ويندر أن تكون مباشرة إلا في الكيوترات وداخل المجتمعات اليهودية الضيقة .

وبهذا يكون الإعلام الصهيوني نوعين آخرين :

١- مباشر في توجهه نحو الداخل . ويتخذ الإعلام بهذا المعنى وظيفة تربوية تساعد على بناء المجتمع « المنشود والموعود » .

٢- غير مباشر في اتصاله بالخارج «

وفي الإتجاه عينه ، نطالع في وثيقة «أولويات الإعلام الإسرائيلي لعام ٢٠٠٣»^(١) ، خطة إعلامية متكاملة لمواصلة السيطرة الإسرائيلية على الرأي العام العالمي عموماً والأميركي خصوصاً، واننا ننصح بقراءة هذه الوثيقة بتمعن وعمق لإدراك مدى الميكيفيلية الإعلامية والدهاء المتفلسف من كل المعايير الأخلاقية في سبيل استغلال آخر المستجدات على الساحة الدولية (وعلى رأسها التخلص من نظام صدام حسين في العراق).

وإذا كان يُنقل عن الحاخام RERICHOX خطبته الشهيرة في براغ حيث قال : « إذا كان الذهب هو القوة الأولى فإن الصحافة هي القوة الثانية، ولكن الثانية لا تعمل من غير الأولى وعلينا بواسطة الذهب أن نستولي على الصحافة . » فإن رئيس الوزراء الإسرائيلي السابق مناحيم بيغن ، وفي كتابه «الثورة» كان أكثر وضوحاً في التعبير حين قال «علينا أن نعمل بسرعة فائقة قبل أن يستفيق العرب من سباتهم ويطلقوا علينا الدعايات . ان الوقت بالنسبة لنا أثنى من المال والسلاح والعلم ، وإذا ما استفاق العرب ، ووقعت بين أيديهم الوسائل الإعلامية وعرفوا دعواتها وأسسها ، عندها لن تفيدنا مساعدات أميركا ولا تأييد بريطانيا ولا حتى صداقة العالم» .

أما بالنسبة إلى الأدوات والوسائل الإعلامية التي تخدم هذا النمط من الفكر الصهيوني ، فاننا لنجد حرجاً في الاكتفاء بتعدادها ، احتراماً لوحدة

(١) أعدت هذه الوثيقة من قبل مؤسسة لونتزل للأبحاث ، بالتعاون مع تجمع المؤسسات والمستشارين السياسيين ورجال الأعمال المؤيدين لإسرائيل (مشروع إسرائيل) وبطلب من مؤسسة ويكستر التي تقوم بتمويل مجموعة من المبادرات المؤيدة لإسرائيل . وقد نشرتها جريدة السفير اللبنانية في عددها ٩٤٩٢ الصادر بتاريخ ١٢ أيار ٢٠٠٣ .

الموضوع وخشية عدم الإبتعاد عن موضوعنا الأساسي ، وذلك على الرغم من أهمية التوسع في استقراءها وتحليلها :

١- الصحافة المكتوبة : حيث تشير الإحصائيات إلى ان الصهيونية تمتلك قرابة ١٠٣٥ صحيفة ومجلة ، منها ٢٥٤ في الولايات المتحدة و١٥٨ في أوروبا و١٢٣ في أميركا اللاتينية والوسطى و٣٢ في أفريقيا ، والباقي موزع في سائر أنحاء العالم . هذا بالإضافة إلى آلاف الصحف الخاضعة للصهاينة ولاحتكار الممولين والناشرين اليهود . فضلاً عن وجود أكثر من ثلاثة آلاف صحيفة يشكّل اليهود العاملين فيها (محررين وعمال) السواد الأعظم من عمالها .

٢- السينما : ويكفي أن نراجع هنا القائمة الطويلة بالممثلين اليهود ومناصريهم من مشاهير هوليوود دون أن يفوتنا ذكر الأفلام الدعائية الصهيونية على غرار فيلم Independence Day (الذي يروّج لفكرة ان منقذ العالم بأسره هو يهودي) .

٣- محطات البث العالمية : لا سيما منها المحطات الإخبارية كالـ CNN والـ BBC و... NBC ، واعتقادنا أنه من نافل القول التحدث عن مدى خضوع هذه المحطات للإعلام الصهيوني .

٤- دور النشر العالمية : وسياسة توزيع الكتب والكتيبات الدعائية الصهيونية بأسعار بخسة ، إلى جانب سياسة رهن كبريات دور النشر العالمية بالمصالح الصهيونية وفق الخطة المرسومة في بروتوكولات حكماء صهيون .

٥- وكالات الأنباء العالمية : ويصحّ فيها ما ذكرناه أعلاه سواء بالنسبة إلى محطات البث العالمية أم بالنسبة إلى دور النشر العالمية .

٦- الحملات السياحية المنظمة واستغلال إقامة المعارض والمؤتمرات والمهرجانات .

٧- العمل على إطلاق فضائية إسرائيلية ناطقة باللغة العربية وذلك بعد إن كانت الصحف الصهيونية الرئيسة قد عربّت مواقعها على شبكة الأنترنت بهدف التأثير في الرأي العام العربي وتسويق الفكر الصهيوني .

في مقابل ذلك ، نجد ان التجارب الاعلامية العربية عموماً وما يتصل منها بالشق الأمني تحديداً أظهرت قصوراً لا يختلف فيه اثنان ، وهو قصور يحتاج منا إلى ندوات طويلة فيما لو أردنا تفصيله أسباباً وواقعاً ونتائج وانعكاسات . ولسوف أعرض عليكم بعض العناوين - النماذج عن هذا القصور ، علّ في ذلك ما يساعدنا في الخروج بتوصيات عملية تخدم الأوضاع المتصلة بهذه النماذج ، وهي حالات محورية وراهنة ومستمرة من جهة ، ومندرجة تحت عنوان الإعلام الأمني العربي من جهة ثانية :

- التعاطي الاعلامي العربي مع موضوع الإرهاب بكل تشعباته السابقة والحاضرة .

- التعاطي الاعلامي العربي مع موضوع مكافحة الجريمة المنظمة عبر الحدود الوطنية .

- التعاطي الاعلامي العربي مع موضوع مكافحة الجرائم المستجدة بفعل الإنخراط غير المبرمج في العولمة (الجرائم المعلوماتية على سبيل المثال . . .)

- التعاطي الاعلامي العربي مع واقع التعاون الدولي بالنسبة إلى مواضيع المخدرات ، تبييض الأموال ، جرائم الفساد والرشوة ، جرائم الاتجار بالبشر لاسيما النساء والأطفال (وكذلك الإتجار بالأعضاء البشرية) . . . الخ .

- التعاطي الإعلامي العربي مع موضوع «ثقافة النزوع إلى السلم ونبذ العنف» .

- التعاطي الإعلامي العربي مع موضوع الثقافة الأمنية .

وإذا كان القاسم المشترك لهذا التعاطي الإعلامي العربي مع العناوين المدرجة أعلاه هو اقتضاره على أفراد أخبار مشاركة هذا الوفد أو ذاك في المجتمعات الدولية أو العربية (في الصفحة الاجتماعية)، أو استطراداً التعميم المجتزأ والمشوّه ، أحياناً ، للبيانات الصادرة عن الجهات المعنية ، فإن ما أفرزه هذا الواقع ساهم في تغييب العالم العربي - ولو عن حسن نية - عن خارطة التواصل الدولي ، ويساهم في تشويه صورة «الإنسان العربي» - ولو عن حسن نية كذلك - إلى جانب جوقة العاملين عمداً على تشويه هذه الصورة في إطار النزاعات الدائرة حول قضايانا المصيرية ، لاسيما منها النزاع العربي - الصهيوني .

واني سأتوقف معكم ، على سبيل التدليل ، عند تجربة التعاطي الإعلامي العربي مع الإتفاقيه العربية لمكافحة الإرهاب ، تاركاً لكم أمر استنتاج الدروس والعبر :

عندما حصلت أحداث ١١ أيلول في الولايات المتحدة الأمريكية ، واستنكرها العالم بأسره بما في ذلك العالم العربي ، عملت الدعاية الصهيونية والأميركية المتصهينة على استغلال الوقع الكبير لهذه الأحداث في سبيل إذكاء مشاعر البغض والتعصب والكرهية ضد الإسلام والعروبة . وقد راح الإعلام العربي ينقل أجواء هذا الشحن من موقع رد الفعل حتى لظهر الأمر وكأنّ العالم بأسره والعالم العربي تحديداً يسمع بمصطلح الإرهاب لأول مرة . وقد فات الكثيرين ان العرب هم أول ضحايا الإرهاب

على امتداد سنوات طويلة من تاريخهم وانهم أول من دعا إلى عقد مؤتمر دولي حول موضوع الإرهاب وإنّ دعواتهم هذه كانت تهمل لأسباب سياسية ظاهرة خدمة لمصالح إسرائيل لاسيما وإنّ مواثيق الأمم المتحدة (المعترف بها من جميع الدول بما فيها المحور الأميركي) أقرت بحق الشعوب بالكفاح لتحرير أراضيها وتقرير مصيرها . وهو إقرار يفترض وجوب التمييز بين الإرهاب وهذا الكفاح المشروع عند أية محاولة لتعريف الإرهاب . ناهيك عن ارتباط أي حديث رسمي ، وعلى المستوى الدولي عن ارهاب الأفراد والجماعات المنظمة ، مع الحديث عن ارهاب الدول الذي تشكل إسرائيل مثاله الصارخ .

لا بل أكثر من ذلك ، فالدول العربية هي أول من تداعى لوضع اتفاقية عربية لمكافحة الإرهاب ، والتي تم التوصل إليها نتيجة جهد مشترك من مجلسي وزراء الداخلية والعدل العرب بحيث شكلت ، عن حق ، خطوة نوعية هامة في مجال العمل العربي المشترك لمكافحة الإرهاب لاسيما وانه تبعها وضع آلية تنفيذية وإجرائية متعلقة بها .

فهل تعامل الإعلام العربي ، الشامل والأمني ، مع هذه الإتفاقية بما يسمح بإظهار الحقائق ودحض المزاعم الباطلة؟؟

أذكر أنني في مايو من عام ١٩٩٩ ، كنت أتحدث أمام مندوبي أكثر من ١٣٦ دولة وما يقرب الخمسين منظمة دولية وأقليمية وأقليمية وغير حكومية ، في ختام اجتماعات الدورة الثامنة للجنة لمنع الجريمة والعدالة الجنائية في مقر الأمم المتحدة في فيينا . ولما ذكرت للجميع انني أرف للمجتمع البشري وللإنسانية بشرى دخول الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب حيّز التنفيذ ، تسارع إليّ سفراء ورؤساء وفود الدول العظمى وعلى ألسنتهم

سؤال وحيد: هل توصلتم إلى تعريف للإرهاب؟ وما هو؟ . وقد لفتنا هذا الأمر، في الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب (حيث كنت أميناً عاماً مساعداً حينذاك) إلى أهمية اقتراح ترجمة هذه الإتفاقية. وهو الأمر الذي تم بعون الله بتوجيهات مباشرة من صاحب السمو الملكي الأمير نايف بن عبد العزيز وزير داخلية المملكة العربية السعودية، والرئيس الفخري لمجلس وزراء الداخلية العرب، ورئيس اللجنة الوزارية المصغرة في مجلسي وزراء الداخلية والعدل العرب التي كانت بصدد إقرار الإجراءات التنفيذية اللازمة للاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب في المجالين القضائي والأمني. وبالفعل فقد تشكلت لجتان الأولى للترجمة إلى الإنكليزية برئاسة معالي الدكتور أحمد بن محمد السالم الأمين العام السابق لمجلس وزراء الداخلية العرب والثانية للترجمة إلى الفرنسية وكان لي شرف رئاستها. ثم كان ان أنجزت الترجمتان ولم يعلمم بالاتفاقية وترجمتها سوى عدد لا يزيد كثيراً عن الـ ٤٤ وزيراً الذين وقعوها في القاهرة !! .

- الإعلام يقول إن عبارة سري للغاية لم تنزع عنها إلا مؤخراً .

- الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب تقول ان الأمانة العامة للجامعة الدول العربية عممتها على موقعها على الأنترنت .

- الإعلام العربي يجيب بأنه يلاقي صعوبة شديدة في الحصول عليها . والإعلام الغربي نكاد نجزم ان لا مصلحة لديه في استثارة ما نحن عنه غائبون .

أما النتيجة المؤسفة فيختصرها قول وزير عربي سابق، صديق ورجل علم صادق، أكبرنا فيه شجاعته عندما صرّح في اجتماع رسمي كان يتناول هذه الإتفاقية، انه يسمع بهذه الإتفاقية للمرة الأولى في حياته رغم انخراطه في العمل الوزاري لأكثر من مرة وعلى الرغم تماسه الدائم مع الشأنين السياسي والاجتماعي .

٨ . ٤ من أجل إعلام أمني عربي فاعل ومثمر

لقد شكل الاجتماع الوزاري الإعلامي الأمني المشترك علامة فارقة إيجابية في إطار التعاون المطلوب لتطوير الإعلام العربي عموماً «والأمني خصوصاً» بما يضمن تحوله من إعلام إعلاني مهمته بث الأخبار عن اللقاءات والاجتماعات والمناسبات العامة، أو نقل الخبر دون أي تمحيص أو تحليل سواء مباشرة من موقع الحدث أم من خلال المواقع الإعلامية الغربية غير العربية .

ولكن العبرة تظل دائماً، كما هو شائع، مرهونة بالتنفيذ واننا على يقين انه ما لم تستمر هذه الاجتماعات بصورة منتظمة، وما لم توضع لها آلية تضمن دوامها واستمرارها، وما لم تشكل اللجان المشتركة الدائمة ذات الانشغالات القطاعية ومن متخصصين مثابرين، فان التنفيذ لن يكون على مستوى الطموحات . بدليل ان القرارات المتخذة ما زالت حبراً على ورق رغم مرور ما ينوف قليلاً عن الستة أشهر على تاريخ إقرارها . ولسنا ندري إذا كان هناك ما هو ملحوظ في المدى المنظور لوضع آلية تنفيذية لتلك القرارات على غرار الاتفاقية العربية لمكافحة الارهاب التي صدرت عن مجلسي وزراء الداخلية والعدل العرب^(١) .

(١) لقد تعمدنا إيراد التوصيات الصادرة عن الاجتماع الخامس لرؤساء أجهزة الإعلام الأمني في ملحق خاص (٣) وذلك على سبيل المقارنة والتحقيق لمن يرغب في متابعة وتحليل مدى تداخل مستويات العمل من حيث وحدة الأهداف وانسجام الرؤية .

أما في المجال التطبيقي وعلى مستوى الواقع الميداني فإن الإشكالية ستظل مطروحة ما لم تكن هناك معالجات بنوية تهدم الكثير مما هو قائم لتعيد إنتاج علاقات سليمة بين أطراف التواصل الفكري سواء على المستوى المحلي أو الأقليمي أو الدولي . وأي إعلام مثير وفاعل لن يتحقق إلا من خلال تحاور أو تواصل فكري متوازن وسليم . لأن سلطة القمع أو استعمال القوة بامكانهما القضاء على الأعداد الغفيرة من أصحاب الفكر المعاكس ، وبامكانهما سجن من تبقى . ولكنهما يظلان عاجزين عن قتل الفكر الكامن مع أصحابه وراء القضبان والقابل للإنتقال حتى إلى السجان . وما تحصين السجان وتنقية الفكر من أدراجه إلا مخرجاً إلزامياً سبيله ومفتاحه الإعلام أو الإتصال أو التواصل .

بماذا نوصي إذن ؟ .

يكاد يكون من الصعب ، بعد ما ذكرناه في المقدمة من توصيفات تكاد تكون تحفظات . ان نخلص إلى إدراج توصيات يفترض أنها موجهة إلى قطاعات أو مؤسسات أو مستويات منسجمة مع بعضها البعض ، ومتعاونة فيما بينها .

والواقع أنه لدينا عدة قوائم بتوصيات منها ما يصلح في إطار الأمانة العامة لجامعة الدول العربية ، (على المستوى البنوي أو التنظيمي العام وعلى المستوى الوظيفي المتعلق بإدارة الإعلام .) ومنها ما يصلح في إطار الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب ومنها ما يصلح في الأطر القطاعية المختلفة لاسيما منها المختصة بشأن التواصل الإعلامي (تأكيداً على فهمنا الخاص لوظيفة الإعلام على النحو الذي بيّناه في المقدمة والذي لا بد منه لخدمة أي تطوير لهذه الوظيفة .) أما في الشأن الإعلامي الأمني العربي .

فقد لفتتني جملة لوزير الداخلية الفرنسي NICOLAS SARCOZY أوردها في معرض مقابلة أجرتها معه مجلة باري ماتش Paris Match الفرنسية^(١) حيث يقول :

“il ya vingt ans, on agissait puis on communiqueait, moi je fais
L_inverse pour que L_opinion comprenne bien les enjeux.”

«منذ عشرين عاماً، كنا نفعل ثم نتواصل ، وأنا أفعل العكس لكي يفهم
الرأي العام جيداً مجريات الأمور» .

فلو أدمجنا هذا النمط الجديد من التفكير ، مع موجبات مراعاة الفهم
الجديد للعمل الأمني في بدايات الألفية الجديدة^(٢) ، من حيث كونه - أي
العمل الأمني - شراكة متوازنة بين مؤسسات الضبط الإجتماعي والمواطنين
والمجتمع الأهلي المدني ورجال الأمن ، لو فعلنا ذلك لتغيرت أنماط العلاقة
بين رجال الإعلام ورجال الأمن ، ولسهل بث الثقافة الأمنية بين المواطنين ،
ولأمكن للمسؤولين عن الأمن ، سياسيين أو أصحاب رتب ، اختيار
مصطلحات وعبارات ومفردات جديدة في كل ظهور إعلامي لهم فيخدمون
بذلك أنفسهم ، ويخدمون الأمن الذي باسمه يظهرون ويخدمون بالتالي
مجتمعاتهم وأمتهم .

أفلا يستحق هذا الكلام ، برأيكم ، التوقف عنده والمباشرة بوضع آليات
Mecanismes لبرمجته وتحويله إلى واقع ؟

(١) مجلة باري ماتش العدد ٢١-٢٨ / ٥ / ٢٠٠٣ .
(٢) يمكن العودة في هذا المجال إلى محاضرتنا في الجزائر / وزارة الداخلية ، حول
موضوع : «ألفية جديدة ، شرطة جديدة»
“ un nouveau millenaire , une nouvelle police.”

أوليس مُلِحًا، مثلاً، أن تتوالى الإجتماعات الدورية والمنتظمة بين الأمنيين والاعلاميين في إطار من التعاون الوثيق والإحترام المتبادل؟ ثم استطراداً أفليس من الملحّ ومن العاجل أن يبادر كل قطر عربي إلى إنشاء مجلسه الوطني الأعلى للوقاية من الجريمة ومكافحتها^(١)، وهو المجلس الذي بفضل مساهمته يتم رسم السياسات الأمنية التي تندرج ضمنها البرامج التوعوية الإعلامية في كل الشؤون العامة ذات الصلة بموضوع الأمن، وبما يتناسب مع ما يميّز به هذا القطر أو ذاك من تفرّد وخصوصية .؟

(١) لمعرفة المزيد حول طبيعة هذا المجلس وتنظيمه وأهدافه، يمكن العودة إلى العديد من الدراسات والأبحاث التي وضعناها بهذا الخصوص (بالفرنسية والعربية) لاسيما كتابنا «الدفاع الإجتماعي ومكافحة الجريمة» منشورات بحسون ١٩٩٤ . بيروت .

قائمة الملاحق

- ملحق رقم (١) : البيان الصادر عن الإجماع المشترك لمجلسي وزراء الداخلية والإعلام العرب، الذي عقد في تونس بتاريخ ١٥ / ١ / ٢٠٠٣ .
- ملحق رقم (٢) : الدليل العربي النموذجي للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة . المعدّ من المكتب العربي للإعلام الأمني .
- ملحق رقم (٣) : التوصيات الصادرة عن الإجماع الخامس لرؤساء أجهزة الإعلام الأمني، تونس : ٧ - ٨ / ٥ / ٢٠٠٣ م

المراجع

- جريدة السفير اللبنانية، العدد ٩٤٩٢، الأثنين ١٢ أيار ٢٠٠٣م.
- ضاهر، فضل: الدفاع الاجتماعي ومكافحة الجريمة، منشورات بحسون: ١٩٩٤م، بيروت.
- مجموعة الوثائق الصادرة عن الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب حول الموضوع:
- كتيّب رؤى وطموحات.
 - الاستراتيجيات والخطط الإعلامية التوعوية.
 - سائر الإستراتيجيات والخطط الوارد ذكرها في النص.
 - التقارير السنوية التي ترفعها الأمانة العامة إلى المجالس الوزارية المتعاقبة.
 - التقارير الدورية التي تقدّمها الأمانة العامة إلى لجان متابعة تنفيذ الخطط المرحلية المقرّة من المجلس.
- مجموعة الوثائق الصادرة عن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية:
- كتيّب اصدارات الجامعة.
 - التقارير السنوية التي يعرضها صاحب السمو الملكي رئيس مجلس إدارة الجامعة أمام المجالس الوزارية المتعاقبة.
 - التقارير الدورية التي تقدّمها الجامعة إلى لجان متابعة تنفيذ الخطط المرحلية المقرّة من المجلس.
- مجموعة الوثائق العائدة إلى مؤتمرات رؤساء أجهزة الإعلام الأمني العربي التي عُقدت تباعاً في إطار الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية

العرب لاسيما وثائق المؤتمر الخامس والأخير الذي عقد في تونس
من ٧ إلى ٨ / ٥ / ٢٠٠٣ م.

مجموعة الوثائق العائدة للإجتماع التحضيري الذي عقده ممثلو وزراء
الداخلية والإعلام العرب في مقر الجامعة العربية بالقاهرة بين ١١
و ١٢ نوفمبر ٢٠٠١ م.

مجموعة الوثائق العائدة للإجتماع المشترك لمجلسي وزراء الداخلية والإعلام
العرب، تونس ١٥ / ١ / ٢٠٠٣ م.

مجموعة الوثائق العائدة إلى «اجتماع فريق العمل المعني بتقييم الخطة
الإعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة»، ووضع
مشروع خطة عربية إعلامية ثانية، تونس : ٢٥ - ٢٧ تشرين الأول
٢٠٠٢ م.

مجلة الدفاع الوطني اللبناني، العدد ١١، كانون الثاني ١٩٩٥ م.

مجلة باري ماتش الفرنسية، عدد ٢١-٢٨ / ٥ / ٢٠٠٣ م.

التوصيات

- ١- حث أجهزة الإعلام العربية على مزيد من الالتزام بالمصداقية والمسؤولية، وتنظيم لقاءات إعلامية دورية لدعم التحصين الاجتماعي والثقافي .
- ٢- حث الجهات المعنية إلى مزيد من التعاون لتنفيذ الاستراتيجية الإعلامية العربية للتوعية الأمنية والوقاية من الجريمة .
- ٣- دعوة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية إلى إجراء دراسة في مجال التحديات المستجدة للإعلام الأمني العربي .
- ٤- دعوة جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية إلى تنظيم ندوة علمية في موضوع «الإعلام الأمني : الأبعاد الاجتماعية والفكرية والتقنية» وموضوع «الإعلام الأمني والأنترنيت» .
- ٥- دعوة أجهزة الإعلام الأمني العربي إلى إعداد مزيد من البرامج الفعالة والمؤثرة في التوعية الأمنية وتعزيز ثقافة الأمن ونبذ العنف في المجتمع .